

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال
قسم علوم الإعلام

الإجابة النموذجية لإمتحان مقياس المقاولاتية

لطلبة السنة الثانية ماستر، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية - 2023 - 2024 -

أستاذة المقياس: د. إيمان بن نعجة

السؤال 1: بصفتك مقاول، ما هي فكرة مشروعك؟ وما هي التقنية التي ترغب بأن تولّد بها أفكارا لخلق

قيمة (منتج/خدمة) أو تحسينها؟

الإجابة: الفكرة: تحديد فكرة مشروع مقاولاتي أو ناشئ، سواء في التخصص أو في مجال آخر (5،0 ن)

التقنية: العصف الذهني أو سكامبر أو التفكير التصميمي أو الخريطة الذهنية أو القبعات الست (5،0 ن)

لماذا؟ لأنها تُساعد على توليد أفكار إبداعية (5،0 ن)

السؤال 2: المخطط أسفله يعكس الشكل الكتابي لمشروعك، ما اسم الوثيقة التي تعطي صورة

واضحة حول مشروعك المقاولاتي؟ إملأ الخانات وفقا لفكرة مشروعك المحددة أعلاه.

الإجابة: اسم الوثيقة: مخطط نموذج العمل التجاري BMC (5،0 ن)، بناء على فكرتك حدد متطلبات

مشروعك واملأ الخانات (ون = 1 ن لكل عنصر من BMC)،

السؤال 3: حدّد وع مؤسستك، ومراحل إنشائها.

الإجابة: نوع المؤسسة: مقاولاتية أو ناشئة / شخص طبيعي أو معنوي (5،0 ن)

المراحل: 1- مرحلة البحث عن الفكرة 2 - مرحلة إعداد مخطط الأعمال 3 - مرحلة دراسة السوق

وجمع البيانات 4- مرحلة إعداد النموذج الأولي للخدمة أو المنتج 5 - مرحلة البحث عن التمويل 6-

تحديد الجوانب القانونية للمؤسسة ثم مرحلة الانطلاق (5،0 ن = 3 ن) لكل مرحلة.

إذا تم التطرق إلى الإجراءات القانونية لإنشاء المؤسسة، أيضا تعتبر إجابة صحيحة: إختيار النشاط،

إختيار الشكل القانوني، إختيار التسمية الاجتماعية، إختيار المقرّ، النشرة الرسمية للإعلانات القانونية،

السجل التجاري، التصريح في الضمان الاجتماعي لغير الأجراء، شهادة وجود، رقم التعريف الجبائي، رقم

التعريف الإحصائي، إنشاء حساب بنكي خاص بالمؤسسة، الانطلاق في العمل على المشروع. (25،0 ن)

لكل مرحلة

السؤال 4: إذا كنت بصدد دراسة السوق، ما هي تقنيات التحليل التي ستستعملها، مع تحديد الوضع التنافسي للمشروع؟ الإجابة: تقنية **PESTEL** لتحليل ومراقبة العوامل البيئية التي قد يكون لها تأثير على المؤسسة (5، 0 ن)، تحليل **SWOT** لإعطاء تصور واضح لموقف الشركة والعوامل الداخلية والخارجية (5، 0 ن)، تحليل البيئة الخارجية الخاصة مع اعتماد تحليل القوى الخمسة لبورتر **Porter's Five Force** (5، 0 ن).

تحليل الوضع التنافسي: تحديد نقاط القوة والضعف للمنافسين (2 ن).

 <p>ما هي التكاليف التي يحتاجها المشروع؟ - ما هي الموارد الرئيسة الأكثر تكلفة؟ - ما هي الأنشطة الرئيسة الأكثر تكلفة؟</p>	 <p>الموارد الرئيسة Key Resources</p> <p>المادية الفكرية البشرية المالية</p>	 <p>الأنشطة الرئيسة Key Activities</p> <p>- ما هو النشاط الرئيس لتجسيد القيمة وإيصالها للزبائن؟</p>	 <p>الشراكات الرئيسة Key Partners</p> <p>- من هم الشركاء الرئيسين؟ 1 تحسين الخدمة/المنتج 2- الحصول على موارد أو أنشطة معينة. 3 -التقليل من المخاطر</p>
<p>هيكل التكاليف Cost Structure</p>	<p>أي مشكل تحلّ القيمة المقدمّة؟</p>	<p>القيم المقترحة Value Proposition</p> <p>- ما هو الاحتياج الملبي في السوق؟</p>	<p>العلاقات مع العملاء Customer Relationships</p> <p>- كيف تنظّم وتسيّر العلاقة مع الزبائن؟</p>
<p>مصادر الإيرادات Revenue Streams</p> <p>كيف تحقّق المداخيل؟ - البيع المباشر، الاشتراك، التأجير، بيع التراخيص، الإشهار.</p>	<p>القنوات Channels</p> <p>ما هي طريقة توصيل القيمة للزبائن؟</p>	<p>شرائح العملاء Customer Segments</p> <p>- من هم الزبائن الرئيسين/الثانويين / المحتملين؟</p> <p>- تصنيف الزبائن حسب الخصائص المشتركة</p>	<p>هيكل التكاليف Cost Structure</p>