**جامعة محمد خيضر بسكرة**

**كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير**

 **قسم علوم التسيير تخصص:** إدارة إستراتيجية

 **الاسم واللقب:........................... الفوج: 02 العلامة:**

**فرض في مقياس خلق القيمة ونماذج الأعمال**

**السؤال الأول: أجب على ما يلي:**

**س1:** تتأثر القيمة للزبون بالجودة المحققة والجودة المدركة.

**.**...................................................................................................................................**....................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................**

**س2:** **تتأثر القيمة التساهمية بـ....................................................وبـ.......................................................**

**س3: القيمة الإستراتيجية تعني الأخذ بعين الاعتبار تغيرات**: المحيط الداخلي□ ، المحيط الخارجي □ ، غير ذلك □

**........................................................................................................................................**

**س4: اشرح العبارة التالية:** " يعتبر خلق القيمة هدف استراتيجي تسعى المؤسسة إلى تحقيقه، لذلك يجب مراعاة التحليل الإستراتيجي للبيئة، وكذا تأثير المنافسة والبيئة التنظيمية "...................................................................................................................

**....................................................................................................................................................................................................................................................................................**

**السؤال الثاني:McDonald's** هيشركة هدفها الأساسي تحقيق الأرباح وهي لا تدعم أي نشاط ديني أو [سياسي](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D9%8A) وذلك حفاظا على مصالحها التجارية حول العالم لديها العديد من الفروع في العديد من الدول.

**س1:** كيف تحقق **McDonald's** القيمة للزبون في الدول العربية، الأوروبية، الأمريكية، الصين والهند؟

**س2**: نشرت إحدى الصحف الالكترونية أنالرئيس التنفيذي " كريس كيمبزينسكي " لشركة **McDonald's** صرح أن: " الشركة قررت إغلاق جميع مطاعمها مؤقتا في روسيا، لأنه لا يمكن تجاهل المعاناة الإنسانية التي تحدث في أوكرانيا ". من وجهة نظرك ما هي القيم التي ستتأثر بهذا القرار؟ وكيف يكون ذلك التأثير؟

**س3:** بعد تقديم البحث استنتج سبب تميز الشركة في تحقيق القيمة تميزها عن باقي المنافسين.

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

**جامعة محمد خيضر بسكرة**

**كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير**

 **قسم علوم التسيير تخصص:** إدارة إستراتيجية

 **الاسم واللقب:........................... الفوج: 03 العلامة:**

**فرض في مقياس خلق القيمة ونماذج الأعمال**

**السؤال الأول: أجب على ما يلي:**

**س1: القيمة تعني:** تحديد الثمن □ ، التكلفة □ ، الثمن + التكلفة □ ، غير ذلك □

**.**...................................................................................................................................**....................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................**

**س2:** **القيمة التنظيمية تتحدد بـ:** بيئة العمل □ ، إستراتيجية المؤسسة □ ، رأس المال البشري □ ، غير ذلك □

**.......................................................................................................................................... ..........................................................................................................................................**

**س3: حدد العلاقة بين العناصر الموجودة بين قوسين مع الشرح:**

(القيمة، إستراتيجية، المحيط) ، (القيمة، رأس المال البشري، ابتكار، ملكية فكرية) ، (القيمة، أرباح سنوية، عائد السهم، قيمة السهم)

(القيمة، بيئة العمل، تسيير المؤسسة، الأجور والحوافز)

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

**السؤال الثاني:** اهتمت شركة [**Nivea**](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjw9-_D-tD3AhVU8LsIHQwICloQFnoECAQQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.nivea-me.com%2Far-me%2Fabout-us%2Fnivea-history&usg=AOvVaw2za295RMSPCHx53E-fxIm8) بتحسين جودة منتجاتها ومراعاة البيئة معا، وكانت تقوم بالترويج لمنتوجاتها عبر إعلانات مختلفة منها ما نشر على صفحات الفيسبوك تحت شعار " البياض هو النقاء ".

**س1:** قيم القيمة المدركة للزبون من منتجات

**س2**: كيف ترى تحقيقها للقيمة الاجتماعية، البيئية، الإستراتيجية، التنافسية مع توضيحها بالنسبة لبعض المنافسين.

**س3:** كيف تعاملت الشركة مع رد فعل الزبائن الذين لم يتقبلوا الشعار واعتبروا فكرته فيها نوع من التمييز العنصري، بعد تحديد تأثيره على خلق القيمة للشركة.

**س4:** من وجهة نظرك كيف ترى تأثير التهديدات للشركة المنافسة وفق ما جاء في البحث على القيمة؟ أذكرهم مع توضيح الأثر.

**جامعة محمد خيضر بسكرة**

**كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير**

 **قسم علوم التسيير تخصص:** إدارة إستراتيجية

 **الاسم واللقب:........................... الفوج: 06 العلامة:**

**فرض في مقياس خلق القيمة ونماذج الأعمال**

**السؤال الأول: أجب على ما يلي:**

**س1: حدد العلاقة بين خلق القيمة والجودة والتنافسية.**

**.**...................................................................................................................................**....................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................**

**س2: القيمة الجوهرية تمثل اعتماد المؤسسة على......................................وعلى....... .............................**

**.......................................................................................................................................... ..........................................................................................................................................**

**س3: اشرح العبارة التالية:** " تهتم المؤسسة بخلق قيمة يدركها الزبون من منتجاتها، هذه الأخيرة (المنتجات) أثبتت بعض الدراسات أن الزبائن هم أفضل مصمميها، وهي تهتم بذلك للحفاظ على ولائهم من خلال خلق صورة ذهنية والتخفيف من الألم النفسي ".

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

**السؤال الثاني:** سلسلة فنادق " شيراتون " هي سلسلة فنادق دولية مملوكة [لشركة ماريوت الدولية](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D9%88%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84%D9%8A%D8%A9) بالرغم من النجاح الباهر الذي حققته السلسلة وبالرغم من امتلاكها لنظام أمني آلي قوي إلا انه قد تم اختراقه من قبل بعض الهاكر، حيث نشرت شركة ستار وود صاحبة سلسلة فنادق شيراتون العالمية خبر تعرض أنظمتها البرمجية إلى قرصنة خبيثة قامت بسرقة بيانات رواد الفنادق بما فيهم بيانات بطاقاتهم الائتمانية و الرموز السرية للإمكان، و صرحت الشركة بان ما سمح بالقرصنة هو ثغرة في نظام نقاط البيع.

**س1:** كيف تقيم سلسلة " شيراتون " و " سلسلة الهيلتون " من حيث القيمة المدركة للزبون، والقيمة التنافسية.

**س2**: بماذا تفسر الانتقاد الموجه لسلسلة " الشيراتون " حسب الفقرة المقدمة، وكيف يمكنها تجازه.

**س3:** قامت " سلسلة الهيلتون " باستغلال بعض الموظفين السابقين لسلاسل منافسة و هذا بعد سرقة هؤلاء الموظفين لوثائق سرية مما انجر عنه متابعات قضائية وكان على هيلتون أن تدفع غرامة قدرها 75 مليون دولار. استمرت الدعوى القضائية لسنوات عديدة ، وأبعدت العديد من المستثمرين وأصحاب المصلحة بالإضافة إلى دفع الغرامات الباهظة. بما تفسر نتائج ها التصرف على خلق القيمة للسلسلة.

**جامعة محمد خيضر بسكرة**

**كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير**

 **قسم علوم التسيير تخصص:** إدارة إستراتيجية

 **الاسم واللقب:........................... الفوج: 04 العلامة:**

**فرض في مقياس خلق القيمة ونماذج الأعمال**

**السؤال الأول: أجب مع التفسير على ما يلي:**

**س1: تتأثر القيمة للزبون ببعض العناصر الأساسية مختلفة الأثر، من وجهة نظرك الأثر الأكبر يكون من:**

السعر □ ، الجودة □ ، السعر والجودة معا □ ، عناصر أخرى □ ، عناصر أخرى + السعر □ عناصر أخرى + الجودة □عناصر أخرى + السعر + الجودة□

**.**...................................................................................................................................**....................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................**

**س2: تتحدد القيمة الإستراتيجية ببيئة المؤسسة فقط.**

**.......................................................................................................................................... .......................................................................................................................................... ..........................................................................................................................................**

**س3: اشرح ما يلي: " الجودة المتحصل عليها من قبل الزبون تمثل أهم محدد لحصة المؤسسة في السوق ومنه الربح في الأجل الطويل ".**

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

**السؤال الثاني:** تأسست شركة " Ierchem " في مورسيا بإسبانيا سنة 1985، أما شركة " carinsa Group " هي شركة متعددة الجنسيات مقرها في برشلونة (اسبانيا)،تأسست سنة 1992.

**س1:** قارن بين القيمة التي تخلقها الشركتين للزبون.

**س2**: فسر كيف تخلق شركة " Ierchem " صورة ذهنية للزبون.

**س3:** بالنسبة لسلسلة القيمة حدد أهم نشاط مؤثر على خلق القيمة مبينا ذلك الأثر.

**جامعة محمد خيضر بسكرة**

**كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير**

 **قسم علوم التسيير تخصص:** إدارة إستراتيجية

 **الاسم واللقب:........................... الفوج:01 العلامة:**

**فرض في مقياس خلق القيمة ونماذج الأعمال**

**السؤال الأول: أجب على ما يلي:**

**س1:** يرتبط مفهوم خلق القيمة لحملة الأسهم بـ: قيمة السهم □ ، عائد السهم □ القيمة الاقتصادية المضافة □

**.**...................................................................................................................................**....................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................**

**س2: القيمة الإستراتيجية تعني الأخذ بعين الاعتبار تغيرات**: اختيار الإستراتيجية المناسبة □ ، المحيط الخارجي □ ، غير ذلك □

**..........................................................................................................................................**

**.......................................................................................................................................... ..........................................................................................................................................**

**س3: اشرح العبارة التالية:** " الاحتفاظ بزبـون قديم يكلف أقل من خمسة مرات الحصول على زبون جديد، كما يسمح برنامج الوفاء بتخفيض معدل ندم الزبائن بـ: 8 % مما يسمح بمضاعفة الأرباح".

.......................................................................................... ...............................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

**السؤال الثاني:** تعتبر شركة NIVEA من أكبر الشركات للعناية بالبشرة في العالم، كذلك شركة DOVE التي تأسست في 2006 بهولندا، وهي مختصة في المنتجات التي تهتم بالعناية الشخصية تستهدف الرجال والنساء.

**س1:** في وقت تدعي فيه العلامة التجارية " DOVE" مرارا وتكرارا أنها ترغب في تغيير صورة المرأة في الإعلانات، قامت أكثر من مرة ببث مقاطع لا تخلو من [العنصري،](https://www.aljazeera.net/encyclopedia/conceptsandterminology/2015/5/19/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%86%D8%B5%D8%B1%D9%8A) بين كيف يمكن أن تؤثر تلك الإعلانات على خلق القيمة للزبون، وكيف حاولت الشركة التعامل مع الانتقادات الموجهة لها.

**س2**: اختر تهديدا من بين التهديدات الموجهة لشركة DOVE، وبين أثره على خلق القيمة لها، وكيف يمكن تحويله إلى فرصة.

**س3:** بالنسبةلسلسلة القيمة لشركة NIVEA حدد أهم نشاط مؤثر على خلق القيمة مبينا ذلك الأثر.

.

**كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير**

 **قسم علوم التسيير تخصص:** إدارة إستراتيجية

 **الاسم واللقب:........................... الفوج: 05 العلامة:**

**فرض في مقياس خلق القيمة ونماذج الأعمال**

**السؤال الأول: أجب على ما يلي:**

**س1: القيمة التنافسية تعني مراعاة:**  المنافسة □ ، المحيط الداخلي□ **،** المحيط الخارجي□غير ذلك □

**.**...................................................................................................................................**....................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................**

**س2:** وفاء الزبون يعبر عن صحية المؤسسة في إنشائها للقيمة مقارنة بمنافسيها**.**

**..........................................................................................................................................**

**.......................................................................................................................................... ..........................................................................................................................................**

**س3: اشرح العبارة التالية:** " تهتم المؤسسة بتعظيم قيمتها في السوق، لهذا لابد من التركيز على خلق القيمة للزبون، وهذه الأخيرة تتأثر بمختلف القيم الممكن تحقيقها نتيجة وجود علاقات متبادلة بينها جميعا، أي بين مختلف القيم ".

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

.........................................................................................................................................

**السؤال الثاني:** تدرك المراعي مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأهميتها في تحقيق التنمية المستدامة، باعتبارها التزام من الشركة تجاه كل من: مستثمريها، ومستهلكيها، وموظفيها، والمجتمع، والبيئة المحيطة بها، كما تساهم المراعي في تبني ودعم الإبداع العلمي من خلال العديد من الجوائز، وتحرص على تهيئة الشباب السعودي للعمل في القطاع الخاص وقطاع الأغذية تحديدا، حيث قامت الشركة بإنشاء المعهد التقني للألبان والأغذية بالتعاون مع المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، وصندوق تنمية الموارد البشرية، لتهيئة وتدريب الشباب السعودي في صناعة الغذاء وتزويدهم بالعلوم والمعارف والمهارات للحصول على أفضل الفرص في سوق العمل السعودي، أما في مجال البحوث والتطوير تلخص رؤية المراعي في البحث الدائم عن منتجات صحية وذات قيمة غذائية عالية ترضي أذواق المستهلكين. اعتمادا على ما سبق وعلى المعلومات الواردة في دراسة الحالة المقدمة في الحصة التطبيقية أجب على الأسئلة التالية:

 **س1:** كيف يمكن أن تقيم محيط الشركة؟ وما تأثير ذلك على مختلف القيم المحققة من طرفها.

 **س2:** اذكر تهديدا يهدد الشركة وبين كيف يمكن تحويله إلى فرصة إن أمكن ذلك.