

کارگاه نوآوری و کارآفرینی

درستی یا نادرستی عبارت های زیر را مشخص کنید. (۱)

- شناسایی و تعیین علت وجودی هر چیزی از مهم ترین اقدام های کشف مسأله است. درست
- برای این که هر کدام از نیازهای مردم برآورده شود، می شود راه حلی برایش یافت. نادرست
- آن کار که پاسخ دهنده به نیازهای مردم است، "کارکرد" نام دارد. درست
- برای زیاد کردن تعداد ایده ها و تولید راه حل، روش ها و ابزارهای خاصی وجود دارد. نادرست
- همه ی وسایل و چیزهایی که ما در اطراف خود داریم، برای انجام کاری متولد شده اند. درست
- خیلی از اختراع ها منجر به نوآوری می شوند و مورد توجه مشتری قرار می گیرند. نادرست
- برای نوآوری، موفقیت در بازار و مورد پذیرش مشتری قرار گرفتن، شرط جدی است. درست
- هر ایده جدیدی می تواند در قالب یک ابتکار ارائه شود. درست
- در برخورد با مسأله ها باید راه حل های تکراری و تجربه شده کار را دنبال نمود. نادرست
- میان رشته ای فکر کردن، از روش های کلیدی تولید راه حل های نو است. درست
- اختراع های زیادی وجود دارند که پس از ثبت شدن و صدور گواهی ثبت اختراع، اتفاق دیگری برایشان نیفتاده است. درست
- خلافت نیرویی است که در پس نوآوری نهفته است. درست

درستی یا نادرستی عبارت های زیر را مشخص کنید. (۲)

- الگوپذیری از افراد موفق می تواند طی کردن مسیر را برای همه افراد فراهم کند. درست
- ریسک منفی شامل اجتناب، انتقال، ارتقاء و پذیرش می باشد. نادرست
- خودکارآمدی، عقیده ی محکم و اطمینان شما در خصوص قابلیت ها یتان است. درست
- خلافت، کنجکاوی و نترسیدن از ناشناخته ها از ابتدا در سرشت همه وجود دارد. درست
- عزت نفس در شما احساس توانایی، با کفایت دیده شدن، دوست داشتنی و با ارزش بودن را به وجود می آورد. درست
- تعداد بسیار کمی از افراد از موفقیت شغلی و حرفه ای خود لذت می برند. نادرست
- تمایل اغلب انسان ها به تسلیم شدن در هنگام سخت شدن شرایط به نا امیدی و شکست شان منجر می شود. درست
- ساخت و نصب پل شناور خبیر، اوج خلافت و نوآوری مهندسی کشور در طول دوران دفاع مقدس بود. درست
- فرصت به عنوان زمان با شرایط مطلوب برای چند هدف یا پذیرش انجام یا اجرای تعریف شده کار است. نادرست
- در کسب و کار، فرصت امکان توسعه ی موقعیت ها و اتفاقات آینده را از یک موقعیت خاص اولیه شرح می دهد. درست
- انتخاب درست شغل آینده، از مهم ترین تصمیمات افراد در طول زندگی است. درست
- فرصت به شرایط و موقعیت هایی می گویند که می تواند به پیشرفت و توسعه منجر شود. درست
- کار آفرینی که به ریسک های متوسط تمایل دارند در مقایسه با کار آفرینی که ریسک حساب نشده ای را می پذیرند، بازده بالاتری بدست می آورند. درست

درستی یا نادرستی عبارت های زیر را مشخص کنید. (۳)

- انواع برآورد هزینه ها شامل هزینه محور و ارزش محور می باشد. درست
- در تیم هدف نهایی شفاف است و افراد مصمم به دست یابی به آن هستند، اعضا با خود انگیزگی کارها را به پیش می برند. درست
- درجه ی اعتماد، اطمینان، تعهد، انسجام و هماهنگی یک گروه بیشتر از یک تیم است. نادرست
- در تحقیقات بازار محاسبه عکس العمل مشتری ها در برابر محصول جدید مورد توجه می باشد. درست
- در بخش بندی بازار نیازی به خرد کردن بازار به گروه های کوچک تر مشتری با نیازهای مشابه نمی باشد. نادرست
- کلاه سبز مربوط به تفکر خلاق و تولید ایده های جدید است و فرد دارای این کلاه بر ایده ها و راه حل های جدید و خلاقانه تأکید دارد. درست
- درآمد پولی است که از عرضه ی محصول به مشتری به دست می آید. درست
- در کسب و کار کوچک یا بزرگ، نو آورانه یا سنتی، به سرمایه ی اولیه برای راه اندازی کسب و کار نیاز دارید. درست
- با استفاده از بررسی رقابت ها می توان مناسب ترین موقعیت ها را برای ورود به محیط کسب و کار شناسایی کرد. درست
- خروجی تحلیل محیط داخلی کسب و کار باید همه ی فرصت ها و تهدیدهایی که محیط خارجی یک صنعت را احاطه کرده است آشکار کند. نادرست

درستی یا نادرستی عبارت های زیر را مشخص کنید. (۴)

- مهم در بازاریابی این است که بدانید مشتری چه چیزی را می خواهد. درست
- اولین قدم در انتخاب مشتری این است که بدانید با چه گروهی از مشتری ها حرف بزنید. درست
- بازاریابی موفق برای یک محصول به ۵ عامل اصلی بستگی دارد. نادرست
- در تحقیقات بازار، محاسبه ی عکس العمل مشتری ها در برابر محصول جدید در درجه اول اهمیت نیست. نادرست
- برای بازاریابی و فروش محصول باید شناخت درستی از مشتری احتمالی به دست آورد. درست
- برای موقعیت های مختلف جغرافیایی باید متناسب با نیازهای منطقه محصولی را تولید کرد. درست
- با شخصی سازی محصول یا سرویس، می توانید در صورت لزوم قیمت را بالاتر ببرید بدون آن که مشتری اعتراضی داشته باشد. نادرست
- در بازاریابی حداقلی برای این که هزینه ها را پایین نگه دارید چاره ای جز این که پول زیادی برای بازاریابی خرج کنید نخواهد بود. درست
- شما هر محصول یا خدمتی را که بخواهید بفروشید، باید در انتخاب مشتری دقت کنید. درست
- بازاریاب های حرفه ای امروزه فقط از شبکه های دیجیتال برای فروش محصولات و خدمات استفاده می کنند. نادرست

درستی یا نادرستی عبارت های زیر را مشخص کنید. (۵)

- سطح نوآورانه بودن الزاما" ارتباط مستقیم با سطح دانش و فناوری در کسب و کار ندارد. درست
- یکی از مشکلات کشورهای در حال توسعه، محدودیت منابع سرمایه گذاری است. درست
- تأسیس و توسعه ی کسب و کارهای کوچک و متوسط به منابع اندکی نیاز دارد. درست

- کسب و کارهای کوچک و متوسط از درجه ی اشتغال زایی پایین تری برخوردارند. نادرست
- کسب و کارهای کوچک و متوسط اغلب کم تریه منابع داخلی متکی هستند. نادرست
- در طراحی مجدد کسب و کار، فرآیندها باید حول محور خواسته های مشتریان شکل گیرند. درست
- بهبودهای کوچک مواردی را در بر می گیرد که عموماً باعث تغییرات بسیار کمی در فرآیندها یا محصول می گردند. نادرست
- در ارائه محصول جدید باید محصول یا خدمتی به بازار عرضه شود که مشابه آن قبلاً وجود نداشته باشد. درست
- گشایش بازار جدید یعنی عرضه ی محصول یا خدمت به بازار محلی و منطقه ای که پیش از آن عرضه نمی شده است. درست
- یکی از شایستگی های تحلیل نوآورانه مقایسه سطوح نوآوری در سه بخش اقتصادی است. نادرست

جاهای خالی را با عبارت مناسب پر کنید.(۱)

- یکی از بهترین شیوه های تعریف و باز تعریف مسأله، روش موم نام دارد.
- روش موم می خواهد تصویری خیلی ساده از این که وقتی می گوئیم مسأله، منظورمان چیست.
- برای برآوردن نیازهای مردم باید کاری برایشان انجام داد و چیزی برایشان ساخت.
- " کارکرد" وجه مشترک همه ابزار و مسائل هم خانواده است.
- وقتی هر کاری در شکل ایده آل خودش انجام می شود، عالی است.
- ابزارهای مختلف زیاد کردن ایده ها باعث می شوند تا انسان آزاده فکر کند و در محدودیت های خود صورت مسأله نماند.
- نوآوری توانایی خلق فکرهای جدید است.
- روش موم می خواهد تصویری خیلی ساده از این که وقتی می گوئیم مسأله منظورمان چیست، بدهد.
- خلاقیت نیرویی است که در پس نوآوری نهفته است.
- برای مسأله ها می توان به راه حل های قبلی قانع نشد و برایشان راه حل های جدیدی ایده پردازی کرد.

جاهای خالی را با عبارت مناسب پر کنید.(۲)

- کارآفرینان برای گسترش کسب و کار خود باید با افراد جدید آشنا شوند و با آن ها ارتباط برقرار کنند.
- ریسک مثبت شامل بهره برداری، سهیم شدن، ارتقا و پذیرش می باشد.
- خودکارآمدی باعث تحریک انگیزه، منابع روان شناختی یا رشته ای از فعالیت ها برای انجام موفقیت آمیز یک وظیفه خاص در زمینه معین می شود.
- خودکارآمدی ممکن است از طریق کسب تجارب در موقعیت های مختلف و با مشاهدات دیگران حاصل شود.
- موفقیت، نوآوری یا کارآفرینی بدون حس بالایی از عزت نفس نمی تواند به شک های درونی در شروع یک کار جدید غلبه کند.
- عزت نفس یعنی باور شما نسبت به ارزش خود در کل، ارزیابی کلی از خودتان و دانستن قدر و منزلت دیگران. نادرست
- استفاده از پل شناور خیبر در جنگ تمحیلی با چنین طولی در تاریخ جنگ ها بی سابقه بود چون نشانه ابتکار بی نظیر مهندسی جنگ بود.
- دنیای پیرامون ما پر از فرصت های تغییر و بهبود و کشف و اختراع است.
- برای کشف و بهره برداری از فرصت های پیرامونتان در مرحله ی اول باید درست به دنیا نگاه کرد.
- برای بهره برداری از فرصت ها هم باید خود را باور داشته باشید، هم از منابع درونی و بیرونی تان آگاه باشید.
- در آخرین مرحله تجاری سازی، پس از کسب اطلاعات و مجوزهای لازم، بهترین راه برای معرفی محصول موردنظر به بازار شناسایی می شود.
- ریسک پذیری باید رفتاری عقلانی باشد و روحیه خود کارآمدی در ریسک پذیری عامل مهمی است.
- مهم ترین عنصر برای کارآفرین شدن فرصت است.
- استفاده درست از فرصت ها را کارآفرینی می گویند.
- خطر پذیری، در ایجاد تغییرات لازم و ضروری است.

جاهای خالی را با عبارت مناسب پر کنید.(۳)

- طرح کسب و کار نقشه ای است که مسیر حرکت افراد را در اجرای اقدامات کسب و کار بخش به بخش تعیین می کند.
- در کسب و کار، فرصت امکان توسعه ی موقعیت ها و اتفاقات آینده را از یک موقعیت خاص اولیه شرح می دهد.
- تیم، متشکل از افرادی با مهارت ها، دانش و تجربیات گوناگون است که متکی به یکدیگرند و دارای تعهد دسته جمعی در رسیدن به اهداف تیم هستند.
- بهترین موقعیت برای محصول ما شناخت حفره های موجود در بازار است.
- در منابع انسانی دانش، تخصص و تجربه ی فردی مهم ترین دارایی و سرمایه به حساب می آید.
- منابع فیزیکی مشمول دارایی های فیزیکی مثل ساختمان، وسایل نقلیه یا ماشین آلات و... می باشد.
- در منابع اجتماعی توسعه ارتباطات، شبکه سازی، همکاری، اعتماد، همدلی و مشارکت مورد نظر می باشد.
- منابع معنوی در بر گیرنده حق اختراع، نشان یا برند و... است.
- بوم به شکل تصویری و ملموس اجزای اصلی کسب و کار مربوط شده و ارتباط آن ها با یکدیگر را آشکار می کند.
- شایستگی تحلیل و تهیه مدل کسب و کار به فهرست بندی فعالیت ها و منابع کلیدی و طراحی کانال ارتباط آن ها اطلاق می شود.
- از استراتژی های ST برای احتراز از تهدیدات از نقاط قوت استفاده کنید.
- در استفاده از استراتژی SO با بهره گیری از نقاط قوت درصدد بهره برداری از فرصت ها برآید.
- در استراتژی های WT می توان نقاط ضعف را کاهش داده و از تهدیدات پرهیز نمایید.
- با استفاده از استراتژی WO از فرصت ها بهره جسته و نقاط ضعف را از بین ببرید.

جاهای خالی را با عبارت مناسب پر کنید.(۴)

- اولین قدم در انتخاب مشتری این است که بدانیم با چه گروهی از مشتریان می خواهیم حرف بزنیم.
- شما هر محصول یا خدمتی را که بخواهید بفروشید باید مطمئن باشید که مشتری تان را درست انتخاب کرده اید.
- سود حاصل از فروش پکیج محصول از سود جدا جدا فروختن محصولات بیشتر است.
- یکی از معروف ترین روش های قیمت گذاری روش "ماتریس قیمت گذاری" است.
- وقتی به اندازه ی کافی مشتری پیدا کردید قیمت کالا یا خدمات را بالا ببرید.
- فقط وقتی می شود قیمت را بیش از حد بالا برد که خلاء محصول شما در بازار وجود داشته باشد.
- با شخصی سازی محصول یا سرویس می توانید حتی قیمت را بالاتر هم ببرید بدون این که مشتری اعتراضی داشته باشد.

- برای این که هزینه ها را پایین نگاه دارید، چاره ای ندارید جز این که پول زیادی برای بازاریابی خرج نکنید.
- برای ارزش افزوده محصول باید محصول خود را با یک برند معروف پیوند بزنید. برندی که در مقایسه با بقیه از همه قوی تر باشد.
- اول باید محصول یا خدمت را به یک گروه کوچک از مشتریان عرضه نمود. تجربه ی موفق فروش به آن ها می تواند بهترین شروع برای شما باشد.

جاهای خالی را با عبارت مناسب پر کنید. (۵)

- یکی از ابعاد نوآوری، نوآوری در فرآیندها است.
- یکی از ابعاد نوآوری گشایش بازارهای جدید و یکی از ابعاد فنی آن باز طراحی کسب و کار است.
- کسب و کارهای کوچک و متوسط از انعطاف پذیری بالایی برخوردارند.
- پنگاه های کوچک و متوسط به دلیل ویژگی خاص خود، دارای کارکردهای منحصر به فردی هستند.
- کسب و کارهای کوچک به دلایل کاربر بودن فعالیت های تولیدی آن ها، با منابع محدود قادر به شکل گیری و گسترش هستند.
- دغدغه های محیط زیستی یکی از بخش های پر رنگ در زمینه کسب و کارهای کشاورزی است.
- یکی از خود خدمتی های مشتریان این است که بعضی از فعالیت ها را خودشان انجام می دهند؛ مثل خرید اینترنتی.
- از به کار بردن تنها یک فرآیند استاندارد برای موقعیت های مختلف خودداری کنید.
- یکی از شایستگی های تحلیل نوآورانه تعیین بعد نوآوری در موقعیت واقعی است.
- از موارد دستیابی به مواد اولیه یا فناوری نوین استفاده از پلاستیک و پلیمرها را در بسیاری از محصولات مدنظر است.

گزینه مناسب را انتخاب کنید. (۱)

کدام تعریف در باره ی "کارکرد" درست نیست؟

- (الف) وجه مشترک همه ابزار و مسائل هم خانواده است
- (ب) مردم به جا به جایی از جایی به جای دیگر نیاز دارند
- (ج) با چند روش مختلف کار را برایشان انجام می دهند
- (د) مردم به دیدن و وجود نور در محیط احتیاج دارند
- کدام یک از موارد زیر در روش تفکر انتقادی جزء پرسیدن شش سوال کلیدی نمی باشد؟
- (الف) چه کاری (ب) چه زمانی (ج) چطور (د) چرا
- کدام مورد جزء شایستگی های حل مسأله نمی باشد؟
- (الف) مشاهده راه حل های مسأله ایده آل (ب) به کار بردن ایده ها (ج) روش های ایده پردازی (د) تولید ایده سوژه کانونی
- ایده آل انجام شدن یک کار یعنی؟
- (الف) به طور اتفاقی انجام شدن (ب) انجام کار به صورت تصادفی (ج) خود به خود و بدون هزینه انجام شدن (د) اتفاق کاری به صورت معجزه
- روش های مختلف زیاد کردن ایده ها ذهن آدمی را می کنند.
- (الف) واگرا (ب) هم گرا (ج) پویا (د) فعال

کدام روش یا روش های توسعه خلاقیت را می توان در هر دو حالت فردی و تیمی استفاده کرد.

- (الف) کشش مسأله و طوفان فکری (ب) کشش مسأله و شکوفه نیلوفر آبی (ج) اسکمپر و شش کلاه تفکر (د) اسکمپر
- بیشتر ایده های نو که منجر به نوآوری می شوند نیز، بدون راهی بازار می شوند.
- (الف) ثبت نوآوری (ب) ثبت اختراع (ج) تأیید نوآوری (د) تأیید اختراع
- یکی از یافته های آلتشولر چیست؟
- (الف) ۴۰ اصل ابداعی (ب) ۴۰ روش ابداعی (ج) ۴۰ مسیر مشابه (د) ۶۰ روش ابداعی
- در کدام از اصول خلاقانه تریز، یک محصول طوری طراحی می شود که نیاز به دو یا چند محصول را تأمین کند.
- (الف) استخراج (ب) اقدامات مقدماتی (ج) جامعیت (د) تبدیل ضرر به سود

گزینه مناسب را انتخاب کنید. (۲)

کدام یک از موارد زیر در هر پروژه ی نوآورانه وجود ندارد؟

- (الف) عوامل انسانی (ب) عوامل ملی و مادی (ج) ارزشمندی اقتصادی (د) امکان پذیری
- کدام یک از موارد زیر نباید مدنظر کار آفرینان باشد؟
- (الف) با افرادی که از آنان انتقاد می کنند با تواضع و فروتنی رفتار کنند (ب) در برخورد با دیگران به دنبال بازخوردها و پیشنهادهای سازنده باشند
- (ج) قدر و منزلت خود را در کل طول کار در برخوردها نگه دارد (د) الگوپذیری از افراد موفق امکان طی کردن مسیر را برایشان فراهم می کند
- برای دست یابی به نوآوری، کشفیات مهم جغرافیایی، علمی و فنی و موفقیت های، صنعتی و تجاری باید خطر پذیر بود.
- (الف) ملی، علمی (ب) علمی، اقتصادی (ج) ملی، اقتصادی (د) علمی، اجتماعی
- در آموزه های دینی اشاره شده که ریسک پذیری بایستی باشد و با توجه به معقول بودن میزان هدف و خطر اقدام به خطر کرد.
- (الف) رفتاری مناسب (ب) عقلانی و منطقی (ج) رفتاری عقلانی (د) عقلانی و مناسب
- ریسک ها می توانند باشند.
- (الف) پرخطر و کم خطر (ب) باسود و زیان (ج) پر هزینه و گران (د) مثبت و منفی
- تمایل بیشتر انسان ها به در هنگام سخت شدن شرایط است.
- (الف) مقاومت کردن (ب) تلاش بیشتر (ج) تسلیم شدن (د) مقابله کردن
- کدام مورد دلالت به دو ویژگی برای اختراع قانون ثبت طرح های صنعتی، علامت تجاری و اختراع، دارد.
- (الف) یک ابتکار جدید باشد و دارای کاربرد صنعتی باشد (ب) یک روش جدید باشد و دارای کاربرد فنی باشد
- (ج) یک ابتکار جدید باشد و دارای کاربرد فنی باشد (د) یک روش جدید باشد و دارای کاربرد صنعتی باشد
- کدام مورد به عوامل اساسی موفقیت در بازار مربوط نمی شود؟
- (الف) مشتری هدف شناسایی شود (ب) دسترسی داشتن به مشتری (ج) تأمین منابع فنی و مالی مورد نیاز (د) مشتری هدف از وجود محصول آگاه شود
- هرچه ایده شما به کم تری نیاز داشته باشد، احتمال بیشتری برای موفقیت وجود دارد.
- (الف) سرمایه ی اولیه (ب) مواد اولیه ی (ج) ابزارهای صنعتی (د) مواد خام
- کدام یک از موارد زیر جزء منابع افزایش خود کارآمدی نیست؟
- (الف) تجارب در موقعیت های مختلف (ب) حمایت و تأیید دیگران (ج) انجام کارهای چالشی و تربیتی (د) الگو پذیری

- کدام یک از موارد زیر شامل " اجزای نگرش مثبت ما می توانیم " نمی باشد؟
الف- ابتکار عمل ب- الگو پذیری ج- عزم راسخ د- مثبت اندیشی

گزینه مناسب را انتخاب کنید.(۳)

- کدام یک از موارد زیر از ویژگی های یک تیم محسوب نمی گردد؟
الف) تعهد دسته جمعی ب) انسجام و هماهنگی ج) عدم اتکا به یکدیگر د) دارای آرمان مشترک
- هدف نهایی در یک تیم است و افراد مصمم به به آن هستند.
الف) مهم - دست یافتن ب) شفاف - دست یابی ج) شفاف - رسیدن د) مهم - رسیدن
- خرد کردن بازار به گروه های کوچک تر مشتری با نیازهای مشابه مؤید کدام یک از موارد زیر است؟
الف) بخش بندی بازار ب) تحقیقات بازار ج) ایجاد بازارچه ها د) ایجاد فروشگاه های زنجیره ای
- پیدا کردن حفره های خالی در بازار برای ساخت یک محصول به کدام گزینه زیر مربوط است؟
الف) بخش بندی بازار ب) تعیین بازارچه های محلی ج) مشخص کردن مشتریان خاص د) تحقیقات بازار
- نمادهای لوح سفید، قاضی سخت گیر، نور آفتاب و شهودی به ترتیب رنگ کدام کلاه را نشان می دهد؟
الف) سفید، سیاه، زرد و قرمز ب) قرمز، سفید، آبی و زرد ج) سفید، زرد، سیاه و آبی د) قرمز، زرد، آبی و قرمز
- کسب و کارهای نوپا در آغاز کار معمولاً " به کدام مورد زیر توجه ندارند که بعدها آن ها را با مشکل روبرو می کند؟
الف) امور فنی و بازاریابی ب) اجرای امور حسابداری ج) پیش بینی سود مالی د) توجه به هزینه ها و درآمدها
- این تعریف " پولی است که از عرضه محصول به مشتری به دست می آید " به کدام گزینه داده شده مربوط است؟
الف) هزینه ها ب) سرمایه ج) درآمد د) سود
- گزینه های " فرض گرفتن از دیگران، بهره مندی از حمایت مؤسسات و ورود به بورس اوراق بها دار " مربوط به کدام منابع زیر می باشد؟
الف) فیزیکی ب) اجتماعی ج) انسانی د) مالی
- این جمله " آیا سیستم ارزیابی عملکرد شرکت خوب و دقیق است " مربوط به کدام یک از جنبه های زیر است؟
الف) سازمانی ب) نیروهای انسانی ج) بازاریابی د) تولیدی

گزینه مناسب را انتخاب کنید.(۴)

- کدام یک از موارد زیر به بازاریابی موفق یک محصول مربوط نمی شود؟
الف) خود محصول ب) قیمت محصول ج) نحوه معرفی کردن آن د) تحلیل محصول
- کدام مورد راهبرد درستی برای بازاریابی و فروش محصول نمی باشد؟
الف) ساز و کار طراحی محصول ب) پیدا کردن حفره های خالی ج) محاسبه ی عکس العمل مشتریان د) خرد کردن بازار
- این تعریف " محصول با کیفیتی بسیار شبیه کیفیت رقبا تولید شده است اما با قیمت کم تر " به کدام مورد زیر اطلاق می شود؟
الف) ارزش ب) کیفیت ج) رقابت د) جمعیت
- کدام یک از موارد زیر به انواع روش های قیمت گذاری مربوط نمی شود؟
الف) روانی ب) منطقه ای ج) بسته ای د) جغرافیایی
- این تعریف " مشتری را با مشاهده ی صداها و بوها تحت تأثیر قرار می دهد " به کدام گزینه مربوط می شود؟
الف) بازاریابی حسی ب) بازار یابی تعاملی ج) بازارچه های فصلی د) جمعه بازارها
- همه ی محصولات و خدمات با همه ی روش های زیر به مشتری می رسد به جز....
الف) فروش مستقیم ب) فروش از طریق واسطه ج) فروش از طریق خرده فروش ها د) از طریق اینترنت و برنامه های مجازی
- کدام مورد به شخصیت نشان تجاری مربوط نمی شود؟
الف) پیچیده و رمانتیک ب) طراحی و بسته بندی ج) نیرومند و سخت د) قابل اعتماد و معتبر
- کدام مورد به ساخت ویژگی های ظاهری کالا مربوط نیست؟
الف) انتخاب اسم ب) تهیه ساختار ج) برگزاری پویش تبلیغاتی د) طراحی و بسته بندی

گزینه مناسب را انتخاب کنید.(۵)

- دسته بندی نوآوری در سطح کلان شامل کدام مورد زیر نیست؟
الف) روش های جدید تولید ب) گشایش بازار جدید ج) روش های سازماندهی جدید د) نوآوری در موقعیت واقعی
- این تعریف " طراحی مجدد زنجیره ارزش صنعت" مربوط به کدام دسته بندی در سطح کلان نوآوری است؟
الف) روش های سازماندهی جدید ب) طراحی مجدد فرآیندها ج) روش های جدید تولید د) محصول یا خدمت جدید
- کدام مورد زیر جزء روش های سازماندهی جدید محسوب نمی شود.
الف) تعامل بین مشتریان ب) گشایش بازار جدید ج) بهبود خرده فرآیندها د) باز طراحی خرده فرآیندها
- یکی از ابعاد نوآوری..... است.
الف) صنعت جدید ب) تولید جدید ج) گشایش بازارهای جدید د) تحول آفرینی
- یکی از ابعاد نوآوری باز طراحی کسب و کار است.
الف) فنی ب) مالی ج) اقتصادی د) علمی
- یکی از مشکلات کشورهای در حال توسعه محدودیت است.
الف) کسب و کارهای کوچک ب) درجه ی اشتغال زایی ج) منابع داخلی د) منابع سرمایه گذاری
- کدام مورد از ویژگی های کسب و کارهای کوچک به شمار نمی آید؟
الف) توزیع ثروت در جامعه ب) استفاده از منابع خارجی ج) توسعه مناطق حاشیه ای د) تأمین تولیدات مورد نیاز کشور

مفاهیم زیر را تعریف کنید. (۱)

- ایده آل: چیزی است که معمولاً همه از آن فاصله می گیرند و می گویند چون ایده آل است به آن فکر نکن چرا که نمی توانی به آن برسی.
- تکنیک سوژه کانونی: یکی از ابزارهایی که کمک می کند ما بتوانیم هر چیزی را تبدیل به یک ایده ی اختراعی کنیم.
- تضاد: وقتی دو چیز در مقابل هم قرار می گیرند و بهتر شدن یکی، بدتر شدن دیگری را منجر می شود، تضاد ایجاد شده است.
- روش حل مسأله: به روش تعمیم دهی (ابداعی کردن مسأله و راه حل آن) در یک موقعیت واقعی روش حل مسأله می گویند.
- مخترع: تولید ایده جدید یا جنس جدید که تاکنون به این شکل وجود نداشته است و ثبت نشده است.
- حل مسأله: ارائه راهکارهای جدید برای مسائل خاص هر مشتری به صورت مجزاست.
- تریز: دانش نوآوری نظام یافته است. این دانش و ابزارهای آن بر اساس مطالعه و بررسی دقیق چند ده هزار اختراع و دسته بندی ویژگی های مشترک آن ها حاصل شده است.

مفاهیم زیر را تعریف کنید. (۲)

- کاهش خطر: در یک محیط رقابتی که ویژگی آن عدم قطعیت (خطر) است. مشارکت ها می تواند نقش مؤثری در کاهش خطر ایفا کنند.
- کارآفرین: کسی است که توانایی پیدا کردن فرصت ها را دارد و می تواند از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود، یک محصول یا خدمات جدیدی را ارائه دهد.
- فرصت: به شرایط و موقعیت هایی می گویند که می تواند به پیشرفت و توسعه منجر شود.
- اختراع: یک ترکیب، دستگاه یا فرآیند جدید است. در کشور ما عبارت است از نوآوری ای که کاربرد صنعتی یا کشاورزی داشته باشد و شامل مواد دارویی و نرم افزار نمی شود.
- ویژگی های اختراع: اختراع باید یک ابتکار جدید باشد و هم چنین باید دارای کاربرد صنعتی باشد.
- حق اختراع: حقی است که مخترع در اثر ثبت اختراع به صورت انحصاری، موقت و مشروط به رعایت تکالیف مقرر در قانون مربوط دارد.
- کاربرد صنعتی: ویژگی ای است که اختراع را از یک مفهوم انتزاعی خارج می کند و تنها اختراعی را مشمول حمایت قرار می دهد که در رشته ای از صنعت قابل ساخت یا استفاده باشد.
- ارزیابی بازار: برای بررسی بازار باید به سؤالات مختلفی در مورد بازار، اندازه آن و مشتریان بالقوه تان پاسخ دهید تا مشخص شود آیا امکان موفقیت در این بازار وجود دارد یا نه.

مفاهیم زیر را تعریف کنید. (۳)

- کسب و کار اینترنتی: فعالیت های تولیدی - خدماتی - خرید و فروش کالا با هدف سود آوری که از طریق اینترنت انجام می شود.
- هزینه: بهای کالا و خدماتی است که در عملیات یک کسب و کار برای درآمد به مصرف می رسد.
- درآمد: پولی است که از عرضه محصولاتمان به مشتریان به دست می آوریم.
- بوم: مدل کسب و کار یکی از ساده ترین و مفیدترین ابزارهای طراحی مدل کسب و کار شماس است.
- منابع مالی: یکی از حیاتی ترین منابع مورد نیاز برای شروع هر کسب و کاری است.
- هزینه محور: مدل های کسب و کاری که هزینه محورند بر کاهش دادن هزینه ها تمرکز دارند. در واقع می خواهند یک ارزش پیشنهادی را با قیمت کمتر به مشتری ارائه دهند.
- ارزش محور: برخی مدل های کسب و کار کمتر به هزینه توجه می کنند. در عوض بر خلق ارزش متمرکز هستند. به دنبال ارزش پیشنهادی مرغوب و خدمات اختصاصی سطح بالا برای مشتریان هستند.
- حق استفاده: درآمدی که در ازای استفاده از یک خدمات خاص ایجاد می شود. مشتری هر چه بیشتر از این خدمت استفاده کند باید پول بیشتری بدهد.
- فروش دارایی ها: درآمدی که از طریق فروش محصولات فیزیکی کسب و کار ایجاد می شود.
- حق عضویت: درآمدی که با فروش دسترسی مداوم به خدمات ایجاد می شود.
- انجام تبلیغات: درآمدی که از پرداخت کارمزد در ازای انجام دادن تبلیغ برای یک محصول یا خدمتی خاص ایجاد می شود.
- دستمزد کارگزاری: درآمدی که از طریق خدمات واسطه گری میان دو یا چند نفر ایجاد می شود.

مفاهیم زیر را تعریف کنید. (۴)

- روش های جدید تولید: در بعد نوآوری شما همان محصول یا خدمت قبلی را به روش جدید تولید می کنید.
- بهبود خرده فرآیندها: عدم به کار بردن تنها یک فرآیند استاندارد برای موقعیت های مختلف.
- تعامل بین مشتریان: در خرید اینترنتی، بعضی از سایت ها امکان تبادل نظر را گذاشته اند و حتی با هم می توانند مبادله ی کالا داشته باشند.
- بهبودهای کوچک: بهبودهای جزئی را در بر می گیرد که عموماً باعث تغییری در فرآیندها و یا محصول نمی گردند.
- محصول یا خدمت جدید: محصول یا خدمتی به بازار عرضه عرضه می شود که پیش از این مشابه آن وجود نداشته است.
- خود خدمتی مشتریان: مشتریان بعضی از فعالیت ها را خوشان انجام می دهند؛ مانند خریدهای اینترنتی.
- بازاریابی تعاملی: این استرژژی فروش، مشتری را اغوا می کند که بدون حساب و کتاب و اصطلاحاً " دو دو تا چهارتا کردن محصول را بخرد.

مفاهیم زیر را تعریف کنید. (۵)

- تحقیقات بازار: پیدا کردن حفره های خالی در بازار برای ساخت یک محصول یا ارائه یک سرویس - محاسبه ی عکس العمل مشتری ها در برابر محصول جدید .
- بخش بندی بازار: خرد کردن بازار به گروه های کوچک تر مشتری با نیازهای مشابه.
- ارزش: محصول باید طوری طراحی شود که همه بگویند این محصول به قیمتش می ارزد.
- کیفیت: محصول طوری طراحی می شود که همه به خاطر کیفیتش حاضرند آن را بخرند.
- جمعیت: محصول بر اساس نیازهای یک قشر خاص از جمعیت طراحی شده است، مثل رانندگان تاکسی.
- رقابت: محصول با کیفیتی بسیار شبیه کیفیت محصول رقبا تولید شده است، اما قیمت پایین تری دارد.
- فروش مسقیم: محصول به صورت مستقیم توسط تولید کننده به مشتری فروخته می شود. مشتری هم بدون واسطه آن را دریافت می کند.

به سوالات زیر پاسخ دهید. (۱)

- روش های تولید مسأله را بنویسید. (۲ مورد) روش تفکر انتقادی - روش تعیین کارکرد
- انواع مسأله ها را بنویسید. ساده یا دشوار - آشنا یا نا آشنا - ابداعی یا غیر ابداعی - خوش ساختاری یا بد ساختاری
- کارکرد چگونه باید تعریف شود؟ مثال بزنید. کارکرد باید حتما در قالب دو کلمه تعریف شود. کلمه اول آن یک مصدر فعل باید باشد و کلمه دوم یک اسم قابل شمارش. مثلا "کارکرد لامپ"، "ایجاد روشنایی" است. واحد اندازه گیری شدت روشنایی، لوکس است.
- در روش تفکر انتقادی شش سؤال کلیدی چیست؟ چه چیزی (چیستی) - چرا - چه زمانی (کی) - چه جایی (کجا) - چه کسی (کی) - چگونه (چگونه)
- در روش پرسش "شش چرا" چه نتیجه حاصل می شود؟ وقتی این سوالات را در باره هر چیزی و هر کسی پرسیم، اطلاعات مان نسبت به آن کامل تر می شود. پرسش هایی که با این واژه ها آغاز می شوند، فرصت نقدی و به چالش کشیدن موضوع را می دهند.
- به کارگیری تخیل و توان فانتزی نگاه کردن چه نتایجی را به دنبال دارد؟ افراد برای افزایش هر چه بیشتر تعداد ایده ها و بالا بردن شانس یافتن ایده ای کاربردی و جدید از تخیل استفاده می کنند تا به عنوان بهترین راه حل مسأله به کار گرفته شود.
- هر یک از کلاه یا کارت های سفید، قرمز، زرد، سبز، سیاه و آبی چه نتایجی را به دنبال دارد؟ به ترتیب سفید، تفکر.. واقعیت ها (اطلاعات ناشی از مشاهده گری) - قرمز، احساسات، هیجانانگیز (واکنش های آبی) - زرد، ویژگی های مثبت (امتیازها) - سبز، ایده های خلاق (حرف های تازه، پیشنهادها) (نو) - سیاه، مسأله ها، دام ها (خطرها، بدگمانی ها و نگرانی ها) - آبی، جمع بندی و سازماندهی (یک پارچه کردن) به موضوع است.
- ثبت اختراع چگونه صادر می شود؟ اگر بررسی های علمی مرجعی که معرفی می شود و بررسی حقوقی آن ها، ادعای اختراعی بودن آن را تأیید کند، برای ارائه دهنده گواهی ثبت اختراع صادر می شود.
- چرا بسیاری از ایده های نو که منجر به نوآوری می شوند، بدون ثبت اختراع راهی بازار می شوند؟ چون برای بررسی حقوقی و فنی یک اختراع ادعا شده، زمان نیاز است. این زمان، اگر ورود محصول به بازار را به تأخیر بیندازد، ممکن است صاحبش را از طی کردن مسیر ثبت اختراع، منصرف کند.
- چرا برخی ایده ها در مرحله ابتکار باقی مانده و منجر به نوآوری نمی شوند؟ ایده هایی در قالب ابتکار ارائه می شوند موجب اضافه یا کم شدن محصول می شوند که اگر مشتری آن را نپذیرد و حاضر نشود به جای محصول قبلی استفاده کند و قیمت کم تر یا بیش تر آن را نپردازد، ابتکار تازه به صورت ابتکار می ماند و تبدیل به نوآوری نمی شود.
- با مسأله های به وجود آمده در کار چگونه باید برخورد نمود؟ مسأله ها را می توان همان طور که هستند، پذیرفت و آن ها را با راه حل های تکراری و تجربه شده حل کرد؛ یا این که به راه حل های قبلی قانع نشد و برایشان راه حل جدیدی ایده پردازی کرد.
- در مرحله ی بالاتر در پذیرش مسأله چگونه می توان عمل کرد؟ در مرحله بالاتر می شود مسأله را آن طور که هستند، پذیرفت و برایشان شرایط جدیدی گذاشت که آن ها را از حالت همیشگی خارج کند و بعد برایشان دنبال راه حل گشت.
- روش های ایده پردازی یا روش های خلاقیت چه تأثیری در ذهن دارند؟ این روش ها معمولا "ذهن را واگرا می کنند تا از چارچوب ها بیرون بزند و آزادانه فکر کند و در محدودیت های خود صورت مسأله نماند.
- آلتشولر با بررسی های اختراع های به ثبت رسیده به چه نتیجه ای رسید؟ او با بررسی تعداد زیادی از اختراع های به ثبت رسیده کشف کرد که انگار روش و مسیر مشابهی توسط مخترعان طی می شود تا از یک مسأله به یک اختراع برسند.
- "۴۰ اصل ابداعی" یا "۴۰ قاعده و روش" در اختراع ها چیست؟ آلتشولر روسی، اختراع ها را واکاوی کرد و با فهرست کردن وجه تشابه صورت مسأله ها و همین طور استخراج شباهت راه حل ها به همدیگر، چیزهای مشترکی پیدا کرد. یکی از یافته های او "۴۰ اصل ابداعی" نام گرفت.
- "۴۰ اصل ابداعی آلتشولر" بر چه اصولی تأکید دارد؟ این "۴۰ قاعده و روش" نشان می دهد که انگار همه ی اختراع های انجام شده و نوآوری های حاصل شده ی در پی آن ها، از این ۴۰ مسیر مشابه پیروی کرده اند.

به سوالات زیر پاسخ دهید. (۲)

- عزت نفس چیست و داشتن آن چه نتیجه ای را به دنبال دارد؟ یعنی باور فرد به نسبت ارزش خود در کل، ارزیابی کلی از خود و دانستن قدر و منزلت خود که در نتیجه فرد رفتارهای خود را مطابق آن تنظیم کرده تا به احساس توانایی، با کفایت دیده شدن، دوست داشتنی و با ارزش بودن را به وجود آورد.
- در آموزه های دینی برای ریسک و خطر پذیری چه توصیه هایی شده است؟ ریسک پذیری باید رفتاری عقلانی باشد و با توجه به میزان هدف و خطر باید اقدام به خطر کرد. روحیه کارآمدی در ریسک پذیری عامل مهمی است.
- چرا خطر پذیری و ریسک در ایجاد تغییرات لازم و ضروری است؟ چون برای دستیابی به نوآوری، کشفیات مهم جغرافیایی، علمی و فنی و موفقیت های مالی، علمی، صنعتی و تجاری باید خطر پذیر بود.
- خودکار آمدی چیست و چه نتایجی را به دنبال دارد؟ خود کارآمدی عقیده و اطمینان فرد در خصوص قابلیت هایش می باشد که باعث تحریک انگیزه، منابع روان شناختی یا رشته ای از فعالیت ها برای انجام موفقیت آمیز یک وظیفه ی خاص در زمینه ی معین می شود.
- خود کارآمدی چگونه حاصل می شود؟ ممکن است از طریق کسب تجارب در موقعیت های مختلف و یا مشاهدات دیگران حاصل شود که در تعقیب فرصت ها در شرایط غیر عادی و مشکل، چاره ساز باشد.
- منابع افزایش خود کارآمدی را نام ببرید. حمایت و تأیید دیگران - انجام کارهای چالشی و تربیتی - مسائل روان شناختی (انگیزش های احساسی) - الگو پذیری
- اجزای نگرش مثبت ما می توانیم را نام ببرید. مثبت اندیشی - ابتکار عمل - عزم راسخ - مسئولیت پذیری، تعهد و التزام - پاسخ گویی در قبال مسئولیت ها
- شش تیپ برآمده از ترکیب الگوهای فکری را بنویسید. تشخیص و شکل دهی بهترین ایده ها - کشف مسأله - پی جویی مسأله - تنوع بخشی به ایده ها - انتخاب بهترین ایده ها - اجرای تصمیم
- تمایل فکری در هریک از ۴ ربع مغز به چه شکل است؟ تحلیل گری (منطقی، واقعی، انتقادی، تحلیلی، کمی و فنی) - اجرایی بودن (محافظه کار، ساختار یافته، با جزئیات، برنامه ریزی شده، منظم و با پشتکار) - ارزش طلبی و احساسی (بین فردی، عاطفی، روانی حسی و احساسی) - ترکیب کنندگی بینش، تخیل (بصری، کل نگر، شهودی، واگرا، استعاره، انعطاف پذیر، مفهومی، تخیلی و ریسک طلب)
- برای کشف و بهره برداری به چه منابعی احتیاج داریم؟ منابع صرفا مالی یا مادی نیستند مثل خودباوری فرد، خلاقیت فردی، افرادی که می شناسید و دانش و تجربه فردی
- برای برنامه ریزی و طراحی مسیر آینده شغلی به چه مؤلفه هایی نیازمندیم؟ نگرش ها - ارزش ها و نیازها - علایق و گرایش ها - استعدادها - مهارت ها

- یک برگه ی ثبت اختراع شامل چه مواردی است؟ عنوان - خلاصه ای از ایده یا اختراع - نام اختراع - نام صاحب اختراع - تاریخ انتشار - شماره ها و کدهای تجاری - عملکرد فنی محصول - نیاز یا مشکلی که توسط این محصول برطرف می شود - ادعای مخترع مبنی بر حفظ حقوق قانونی مربوط به ایده یا اختراع.

- یک اختراع به چه شکلی می تواند باشد؟ یک اختراع می تواند از یک مدل یا ایده ی از پیش موجود باشد و یا می تواند به طور مستقل درک شده باشد و یا فقط طراحی شده باشد.

- یک کارآفرین با در نظر گرفتن چه احتمالاتی و در چه عرصه هایی سرمایه گذاری می کند؟ در عمل اقتصادی یک کارآفرین با سرمایه گذاری در عرصه های کم تر شناخته شده بر آن است که به تولید و ثروت بیش تری دست یابد، در حالی که احتمال شکست وجود دارد. ولی کارآفرین با سنجش میزان موفقیت نسبت به شکست، اقدام کرده و در آن عرصه سرمایه گذاری می کند.

- شایستگی های ارتقای ویژگی های نوآورانه را نام ببرید. ضرورت خطرپذیری و مثبت اندیشی در نوآوری - روا مداری - تحلیل مخاطرات و احتمال وقوع آن ها - ارتقای نگرش مثبت در خود.

- شایستگی ارتقای ویژگی های نوآورانه را بنویسید. ضرورت خوداتکائی (پشتکار و بلند همتی) و خودباوری - راهبردهای استقامت و پشتکار - توسعه خوداتکایی و خودباوری - تحلیل خود و خودشناسی

- راهبردهای غلبه بر شرایط سخت شدن کار را بنویسید. با نگاه به چشم انداز آینده به بهبود کار فکر کنیم - اجازه ندهید که سختی های مربوط به کار شما را در خود حل کند، به کار ادامه دهید - همیشه نگرش مثبت داشته باشید.

- حق اختراع چه مزایایی را برای مخترع ایجاد می کند؟ مخترع می تواند در جهت استعمال، انتقال، فروش، عرضه برای فروش و اعطای مجوز بهره برداری در خصوص اختراع اقدام کند. این حق برای یک بازه ی زمانی بیست ساله به مخترع اعطا می شود.

- شایستگی های تجاری سازی و اختراع را بنویسید. ویژگی های اختراع - مخترعان و نقش آن ها در پیشرفت جوامع - قوانین ثبت اختراع - تحلیل اختراع بر اساس چرخه ی نوآوری

- مراحل تجاری سازی یک محصول جدید را نام ببرید. آزمایش ایده - ارائه و مستندسازی ایده یا اختراع - ارزیابی محصول - تأمین منابع فنی و مالی مورد نیاز - کسب مجوزهای لازم و شروع به کار

به سوالات زیر پاسخ دهید. (۳)

- انواع کسب و کار از نظر خط تولید و فعالیت بر چند نوع است؟ تعمیر و نگهداری- انبار داری - سفارش پذیری خدماتی

- شش جز بوم مدل کسب و کار را نام ببرید. فعالیت های کلیدی- شرکت یابی- برآورد هزینه ها- مشتری شناسی- طراحی ارزش تولید- ارتباط مشتری.

- شش جزء معرفی طرح کسب و کار را نام ببرید. عنوان کسب و کار- خلاصه اجرایی- معرف کسب و کار و اهداف آن- برنامه اداره کردن کسب و کار- برنامه بازار و بازاریابی- برنامه تولیدی- برنامه مالی- برنامه زمان بندی اجرای طرح کسب و کار

- کارکردهای کسب و کارهای کوچک و متوسط را بنویسید. اشتغال زایی- توزیع ثروت در جامعه- توسعه مناطق حاشیه ای- تأمین تولیدات مورد نیاز کشورها- توسعه نیروی انسانی مورد نیاز صنایع و بنگاههای بزرگ

- چهار جزء معرفی طرح کسب و کار را نام ببرید. اهداف کسب و کار- نوع کسب و کار- محصول و خدمات- محل اجرای طرح کسب و کار.

- یکی از مراحل حیاتی در طراحی استراتژی فروش محصولات یا خدمات چیست؟ این که بدانیم محصول ما چه مزیتی نسبت به سایر رقبا دارد. در واقع در این بخش به دنبال حفره های موجود در بازار می گردیم و سعی می کنیم محصول را متناسب با این حفره ها طراحی کنیم.

- رابطه درآمد فروش و سود (زیان) را بنویسید. سود یک نوع فایده مالی است که وقتی اتفاق می افتد که درآمدهای کسب و کار از مجموعه هزینه هایی که برای آن درآمد متحمل شده است بیشتر شود. اگر درآمدها بیشتر از هزینه باشد = سود

سود(زیان) = کل هزینه ها - درآمد پیش بینی شده

- یکی از انواع برآورد هزینه، ارزش محور است. آن را با ذکر مثال توضیح دهید. در این مدل کم تر به هزینه ها توجه می کنند در عوض در خلق ارزش متمرکز هستند و به دنبال ارزش پیشنهادی مردم و خدمات اختصاصی سطح بالا برای مشتریان هستند.

- پنج نیروی رقابتی پورتر را نام ببرید. رقابت بین رقبای فعلی - قدرت چانه زنی خریداران - قدرت چانه زنی تأمین کنندگان - تهدید ورود کالای جایگزین - تهدید ورود رقبای جدید

- انواع فعالیت های کلیدی را نام ببرید. تولید و خدمات (طراحی، ساخت، ارائه محصول با کیفیت عالی و ارائه خدمات قابل توجه است) - حل مسأله (ارائه راه کارهای جدید برای مسائل خاص هر مشتری به صورت مجزا است) - شبکه (شبکه های ارتباطی در توسعه فعالیت های شرکت نقش بسزایی دارند).

- سه انگیزه های ایجاد شراکت در کسب و کار را نام ببرید. - کاهش (سرشکن کردن) هزینه ی تولید - کسب منابع و فعالیت های خاص.

- از انگیزه های ایجاد شراکت در کسب و کار، کاهش (سرشکن کردن) هزینه های تولید را توضیح دهید. هر چه تولید بیشتر شود هزینه های تولید کاهش می یابد، زیرا هزینه ثابت تولید (هزینه هایی که ارتباطی به میزان تولید ندارند مثل اجاره و...) یکسان است.

- از انگیزه های ایجاد شراکت در کسب و کار، کسب منابع و فعالیت های خاص را توضیح دهید. کسب و کارها محدودیت هایی در زمینه ی منابع موردنیاز خود دارند. بعضی از کسب و کارهای دیگر در زمینه ی تهیه ی منابع خاص و انجام برخی از فعالیت ها، قابلیت های خود را گسترش می دهند. انگیزه ی چنین مشارکت هایی نیاز به کسب دانش، مجوزها و دسترسی به مشتریان است.

- از انگیزه های ایجاد شراکت در کسب و کار، کاهش خطر را توضیح دهید. در یک محیط رقابتی که ویژگی آن عدم قطعیت (خطر) است، مشارکت ها می تواند نقش مؤثری را در کاهش خطر ایفا کند.

- انواع منابع را برای راه اندازی کسب و کار بنویسید. منابع فیزیکی، اجتماعی، مالی، انسانی و معنوی

- مدل های کسب و کار هزینه محور به چه شکلی عمل می کنند؟ این مدل از کسب و کار هزینه محور می باشد و بر کاهش دادن هزینه ها تمرکز دارد. در واقع در این روش می خواهند یک ارزش پیشنهادی را با قیمت کم تر به مشتری ارائه دهند.

- مدل های کسب و کار ارزش محور به چه شکلی عمل می کنند؟ در این مدل ها کم تر به هزینه ها توجه می کنند. در عوض بر خلق ارزش متمرکز هستند و به دنبال ارزش پیشنهادی مرغوب و خدمات اختصاصی سطح بالا برای مشتریان هستند.

- انواع بخش های مشتریان را نام ببرید. بازار انبوه - گوشه بازار - بازار چند وجهی - بازار متنوع - بازار بخش بندی شده

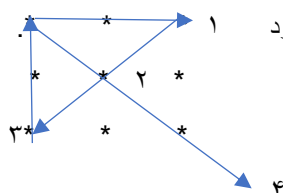
- راه های توسعه ی ارزش های پیشنهادی را بنویسید. نشان یا برند- عملکرد- تازگی- طراحی- قیمت- سفارشی سازی- کاهش خطر- قابلیت دسترسی

به سوالات زیر پاسخ دهید. (۴)

- ماتریس قیمت گذاری چیست؟ توضیح دهید. یکی از معروف ترین روش های قیمت گذاری است. طبق این ماتریس، محصول شما هر چقدر با کیفیت تر باشد، قیمت بالاتری خواهد داشت. حرفه ای ها همیشه سعی می کنند برای بزرگ تر کردن بازارشان، تعادلی بین کیفیت و قیمت ایجاد کنند.
- انواع روش های قیمت گذاری را شرح دهید. روانی (تعیین قیمت براساس هیجانان لحظه ای مشتری) - بسته ای (برای هر محصول پکیج درست کنید و آن را در کنار سایر محصولات بفروشید و سود حاصل از این کار از سود جدا جدا فروختن محصولات بیشتر است) - جغرافیایی (برای موقعیت های جغرافیایی مناسب با نیاز آن منطقه محصول تولید کنید و بعد با توجه به بضاعت مناطق برای محصولات قیمت های متفاوتی تعیین کنید).
- بازاریابی موفق برای یک محصول به چه عواملی بستگی دارد؟ خود محصول - قیمت - نحوه معرفی کردن آن - جایی که تصمیم داریم محصول خود را بفروشیم.
- محصولات و خدمات با چند روش به دست مشتری می رسد؟ از طریق چهار روش: فروش مستقیم - فروش از طریق خرده فروش ها - فروش از طریق عمده فروش ها و خرده فروش ها - فروش از طریق واسطه ها
- شایستگی های بازاریابی را نام ببرید. تعیین عوامل مؤثر بر بازاریابی - تحلیل عوامل تأثیر گذار بر فروش محصول - تحلیل مشتری - ساز و کار طراحی محصول.
- برای تعیین درست بازاریابی و فروش محصول چه کاری باید انجام داد؟ باید شناخت درستی از مشتری های احتمالی به دست آورد که این کار با دو روش تحقیقات بازار و بخش بندی بازار انجام می پذیرد.
- چرا باید محصول را متناسب با حفره های بازار طراحی نمود؟ یکی از مراحل حیاتی در طراحی استراتژی فروش محصول یا خدمات، این است که بدانیم محصول ما چه مزیتی نسبت به سایر رقبا دارد. در واقع در این بخش به دنبال حفره های بازار می گردیم تا محصول متناسب با آن حفره ها باشد.
- نشان تجاری چیست؟ نشان تجاری نتیجه برقراری ارتباط طولانی مدت و مؤثر با مشتری در باره کیفیت محصول است.
- چهار گام تجاری شدن محصول را نام ببرید. شخصیت نشان تجاری تان را مشخص کنید - به شناخت از مصرف کننده برسید - به ساخت ویژگی های ظاهری کالا توجه کنید - نشان تجاری تان را به بازار معرفی کنید.
- برای حفظ مالکیت معنوی محصول چه اقدامی باید انجام داد؟ برای این که مالکیت معنوی شما نسبت به محصولی که دارید به بازار عرضه می کنید، حفظ شود، باید در همان ابتدای راه، نشان تجاری خود را ثبت کنید. برای این کار ساز و کار قانونی مشخصی در کشور ما وجود دارد.
- مسوول ثبت اختراعات و نشان های تجاری در کشور چیست؟ در حال حاضر اداره ی کل مالکیت صنعتی وابسته به سازمان ثبت و املاک کشور مسوول ثبت اختراعات و نشان های تجاری است و همه برای ثبت نشان تجاری کالا یا خدمات خود باید به وب سایت این مجموعه مراجعه و اظهارنامه پر کنند.
- در اظهار نامه برای ثبت نشان تجاری چه اطلاعاتی باید ثبت گردد؟ در اظهار نامه باید تصویر (طرح لوگو) و مشخصات کامل خود را در اختیار اداره ی مالکیت صنعتی قرار داد. قبل از هر چیز باید مطمئن شوید که نشان تجاری شما مورد مشابهی ندارد و یا قبلاً ثبت نشده باشد.
- برای این که بدانیم نشان تجاری مشابه نشان تجاری ما وجود ندارد چه کاری باید انجام دهیم؟ برای اطمینان از نبودن نشان تجاری مشابه می توان به پایگاه اطلاع رسانی اداره مالکیت معنوی مراجعه نمود.

به سوالات زیر پاسخ دهید. (۵)

- در سطح کلان نوآوری در چند بعد دسته بندی می گردد. ۵ دسته. محصول یا خدمت جدید - روش های تولید جدید - گشایش بازارهای جدید - دستیابی به مواد اولیه یا تکنولوژی نوین - روش های سازماندهی جدید
- نوآوری در چه سطوحی انجام می پذیرد؟ طراحی مجدد زنجیره ارزش صنعت - خود خدمتی مشتریان - تعامل بین مشتریان - طراحی مجدد کسب و کار - باز طراحی فرآیندها - بهبود خرده فرآیندها - بهبود های کوچک
- نتیجه نظارت بر کشاورزان و حذف واسطه ها در تولید زعفران چیست؟ این کار موجب افزایش درآمد کشاورزان از یک طرف و امکان خرید زعفران سالم، با کیفیت و با قیمت مناسب برای مشتریان از طرف دیگر است.
- شایستگی های تحلیل نوآوری را بنویسید. اهمیت و جایگاه کسب و کارهای کوچک و متوسط در اقتصاد - ویژگی و نیازهای کسب و کارهای کوچک و متوسط - نیازهای راه اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط.
- ابعاد نوآوری را نام ببرید. گشایش بازارهای جدید - باز طراحی کسب و کار - نوآوری در فرآیندها - به وجود آمدن صنعت جدید
- کسب و کارهای کوچک چگونه به فعالیت های خود ادامه می دهند؟ این نوع از کسب و کار به دلیل ماهیت فعالیت های خود به گونه ای عمل می کنند که عمدتاً به سرمایه ی مجربان یا به اعتبارات دریافتی اندک از بانک ها، با استفاده از کالاهای واسطه ای و سرمایه ای داخلی به فعالیت خود ادامه دهند.
- تعدادی از کارکرد های منحصر به فرد کسب و کارهای کوچک را نام ببرید. اشتغال زایی - توزیع ثروت در جامعه - توسعه ی مناطق حاشیه ای - تأمین تولیدات مورد نیاز کشورها - تربیت نیروی انسانی مورد نیاز صنایع و بنگاه های بزرگ.
- بالا بودن درجه اشتغال زایی کسب و کارهای کوچک چه مفهومی دارد؟ بالا بودن اشتغال زایی در کسب و کارهای کوچک به این معنی نیست که یک واحد از این دسته کسب و کارها قادر به استخدام و پذیرش تعداد زیادی از نیروهای کار باشد؛ بلکه با توسعه و گسترش تعداد کسب و کارها می توان مشاغل بیشتری ایجاد کرد.
- کسب و کارهای کوچک به چه منابعی متکی می باشند؟ اغلب به منابع داخلی اتکا دارند و در شرایطی که به لحاظ سیاسی یا اقتصادی امکان استفاده از منابع خارجی وجود نداشته باشد، اتکا به منابع داخلی امتیاز بزرگی محسوب می شود.



الف - چگونه می توان با استفاده از چهار خط راست، ۹ نقطه ۳ در ۳ را بدون برداشتن قلم از روی کاغذ به هم وصل کرد

ب- از چه تفکری برای حل مسأله استفاده می کنید.