

# نمونه سوالات خرداد کارگاه نوآوری پایه یازدهم

۱\_ نوآوری به چند بخش تقسیم میشود؟

۱\_ محصول یا خدمت جدید

۲- روش های جدید تولید

۳\_ گشایش بازار های جدید

۴- دستیابی به مواد اولیه یا تکنولوژی نوین

۵- روش های سازماندهی جدید

۲\_ محصول یا خدمت جدید در نوآوری را توضیح دهید.

شما محصول یا خدمتی به بازار عرضه میکنید که پیش از این مشابه آن وجود نداشته است. مانند: درخواست اتومبیل از طریق نرم افزار های قابل نصب بر روی گوشی

۳\_ روش های جدید تولید در نوآوری را توضیح دهید.

در بعد نوآوری شما همان محصول یا خدمت قبلی را به روش جدید تولید میکنید مانند: برش لیزری کیف و کفش چرمی یا نمدی و...

۴\_ گشایش بازار جدید در نوآوری را توضیح دهید.

عرضه محصول یا خدمت به بازار محلی، منطقهای یا جهانی که پیش از آن عرضه نمیشده است مانند: بسته بندی و فروش زعفران به کشورهای دیگر.

۵\_ دستیابی به مواد اولیه یا فناوری نوین در نوآوری را توضیح دهید.

مثالاً استفاده از پلاستیک و پلیمرها در بسیاری از محصولات.

۶\_ ایده فن بازار را توضیح دهید.

ممکن است ایده ای داشته باشید که به هر دلیل امکان ارائه آن را در قالب یک محصول یا خدمت برای مشتریان نداشته باشید. این دلیل هرچه می تواند باشد:

نداشتن سرمایه کافی برای ارائه محصول یا خدمت نداشتن تخصص فنی کافی و...

این مشکل ممکن است برای هر شخصی یا شرکتی در هر سطحی اتفاق بیافتد. از طرفی ممکن است افرادی در جامعه وجود داشته باشند که حاضرند برای ایده هایی که امکان اجرا شدن در آنها بالاست هزینه کنند و به نوعی در عملیاتی شدن ایده با شما شریک شوند یا در حرفه خود مشکلاتی دارند که حاضرند برای برطرف شدن آن رقمی بپردازند.

۷\_ نوآوری در فرایندها را توضیح دهید.

ارتباط مستقیم با سطح دانش و فناوری در کسب و کار ندارد. یکی از سطح نوآورانه بودن الزاما ابعاد نوآوری، نوآوری در فرایندها است. بعضی اوقات این فرایند جدید منجر به چنان نوآوری تحول آفرینی میشود که صنعت جدیدی را به وجود میآورد.

۸\_ اهداف راه اندازی فروش محصول زعفران را بنویسید.

دغدغه های محیط زیستی یکی از بخشهای پررنگ این کسب و کار است. مصرف بهینه آب از طریق کنار گذاشتن روشهای سنتی کشاورزی، کشاورزی کاملاً طبیعی بدون استفاده از سموم (آرگانیک) ، مشاوره به کشاورزان برای استفاده درست از خاک و زمین در طول فصول مختلف، از جمله اهدافی است که این کسبوکار علاوه بر ایجاد درآمد پایدار در نظر دارد. نتیجه نظارت بر کار کشاورزان و حذف واسطه ها، افزایش درآمد کشاورزان از یک طرف و امکان خرید زعفران سالم، باکیفیت و با قیمت مناسب برای مشتریان از طرف دیگر دارای اهمیت است.

## ۹\_ کسب و کار های کوچک و متوسط برای فعالیت چگونه حمایت می شوند؟

کسب و کارهای کوچک به دلیل ماهیت فعالیت های خود به گونه ای عمل می کنند که عمدتاً به سرمایه مجریان یا به اعتبارات دریافتی اندک از بانک ها، با استفاده از کالاهای واسطه ای و سرمایه ای داخلی می توانند به فعالیت خود ادامه دهند. این امتیازی است که صنایع بزرگ به ندرت میتوانند از آن بهره مند گردند. امروزه مؤسسات کوچک و متوسط علاوه بر کارکردهای پیشین خود، کانون اصلی توسعه فناوری و تأمین نیازهای پیچیده و پیشرفته کشورها به حساب می آیند و مؤسسات دولتی و عمومی به طور گستردهای از آنها حمایت میکنند.

## ۱۰\_ ویژگی های مؤسسات کوچک و متوسط را بنویسید.

۱\_ اشتغال زایی

۲\_ توزیع ثروت در جامعه

۳\_ توسعه مناطق حاشیه ای

۴\_ تأمین تولیدات مورد نیاز کشور ها

۵\_ تربیت نیروی انسانی مورد نیاز صنایع و بنگاه های بزرگ و...

۱۱\_ چگونه موسسات کوچک به کشور های در حال توسعه کمک می کنند؟

یکی از مشکلات کشورهای در حال توسعه، محدودیت منابع سرمایه گذاری است. کسب و کار های کوچک و متوسط به دلایل کاربردی بودن فعالیت های تولیدی آنها، با منابع محدود قادر به شکل گیری و گسترش هستند. تأسیس و توسعه کسب و کار های کوچک و متوسط به منابع اندکی نیاز دارد.

۱۲\_ آیا اشتغال زایی در کسب و کار های کوچک و متوسط بالاست؟

کسب و کار های کوچک و متوسط از درجه اشتغال زایی بالایی برخوردارند. بالا بودن درجه اشتغال زایی کسب و کار های کوچک و متوسط به این معنی نیست که یک واحد از این دسته از کسب و کارها قادر به استخدام و پذیرش تعداد زیادی از نیروی کار باشد؛ بلکه با توسعه و گسترش تعداد کسب و کارها میتوان مشاغل بیشتری ایجاد کرد.

۱۳\_ منابع کسب و کار های کوچک و متوسط چگونه تامین میشوند؟

کسب و کار های کوچک و متوسط اغلب به منابع داخلی متکی هستند. در شرایطی که به لحاظ سیاسی یا به لحاظ اقتصادی امکان استفاده از منابع خارجی وجود نداشته باشد، اتکا به منابع داخلی امتیاز بزرگی به شمار میرود. کسب و کار های کوچک و متوسط از انعطاف پذیری بالایی برخوردارند. این کسب و کارها قادر هستند تا خود را با شرایط مختلف مطابقت دهند و ساز و کار های لازم را برای ادامه فعالیت خود فراهم کنند.

۱۴\_ بازاریابی موفق یک محصول به چند اصل بستگی دارد؟

بازاریابی موفق برای یک محصول به ۴ عامل اصلی بستگی دارد: ۱\_ خود محصول  
۲\_ قیمت ۳\_ نحوه معرفی کردن آن ۴\_ جایی که تصمیم داریم محصولمان را بفروشیم.

۱۵\_ انواع روش های قیمت گذاری را توضیح دهید.

روانی: تعیین قیمت بر اساس هیجانان لحظه ای مشتری.

بسته ای: برای هر محصول پکیج درست کنید و آن را در کنار سایر محصولات بفروشید در نتیجه باعث افزایش فروش محصول میشود که سود حاصل از این کار از سود جدا جدا فروختن محصولات بیشتر است.

جغرافیایی: برای موقعیت های مختلف جغرافیایی متناسب با نیازهای آن منطقه محصول تولید کنید و بعد با توجه به بضاعت مالی ساکنان آن مناطق برای محصولاتتان قیمت های متفاوتی تعیین کنید.

۱۶\_ بازاریابی حسی را توضیح دهید.

بازاریابی حسی: بازاریابی حسی را به عنوان یک مدل بازاریابی و مدیریتی تجربه مدار یا یک متودولوژی بازاریابی دانسته است که بایستی با توجه به پنج حوزه: هواس احساسات تفکرات اعمال و ارتباطات مورد بازبینی قرار بگیرد.

۱۷\_ بازاریابی تعاملی را توضیح دهید

بازاریابی تعاملی این فرصت را برای مصرف کنندگان به وجود آورده است تا کالا ها و خدمات را قبل از تصمیم گیری برای خرید مورد بررسی و تجربه قرار دهند. باید از تکنولوژی های جدید و سرگرم کننده برای جلب نظر مصرف کنندگان استفاده نمود.

۱۸\_ فروش از طریق واسطه را توضیح دهید.

محصولات اول به واسطه (شرکت یا فرد) فروخته میشود، سپس، واسطه آنها را به دست عمده فروش می‌رساند و بعد عمده فروش به خرده فروش و در نهایت خرده فروش به مشتری می‌فروشد.

۱۹\_ مراحل شناخت از مصرف کننده را بنویسید.

۱\_ نیازهای روحی: باعث جذابیت نشان تجاری میشود.

۲\_ نیازهای جسمی: محصولات را قابل استفاده و کاربردی میکند.

۳\_ قدرت خرید: باعث میشود نشان تجاری گزینه های مختلف خرید را در اختیار مشتری بگذارد.

۲۰\_ ثبت اختراع و نشان تجاری چگونه انجام میگیرد؟

در حال حاضر اداره کل مالکیت صنعتی وابسته به سازمان ثبت اسناد و املاک کشور مسئول ثبت اختراعات و نشانهای تجاری است و شما برای ثبت نشان تجاری کالا یا خدمات خود باید به وبسایت این مجموعه مراجعه و اظهارنامه پر کنید.