



# الامتحان التجريبي لدورة الإعداد لامتحان

استراتيجي الابتكار المعتمد

**CInS®**



**س1** السبب في أن التخطيط الاستراتيجي التقليدي طويل المدى لم يعد ذا جدوى هو أن العالم \_\_\_\_\_ .

- أ- أصبح التنبؤ به أسهل من ذي قبل
- ب- أصبح أكثر تجانساً من الناحية الاقتصادية
- ت- لم يعد يسير وفقاً للنظرية الاقتصادية الكلاسيكية
- ث- لم يعد يتبع مساراً خطياً للنمو

**س2** الطريقة الوحيدة التي تضمن للمنظمات الحفاظ على المرونة طويلة المدى هي أن تحافظ على \_\_\_\_\_ .

- أ- ملاءمتها لمستثمريها
- ب- ملاءمتها لأسواقها
- ت- تركيزها الكامل على تعظيم الربح
- ث- تركيزها على العمليات الفعالة في مجال الأعمال

**س3** على مدار السنتين عاما (60) الماضية، ما الذي طرأ على متوسط عمر الشركات المدرجة في مؤشر أس آند بي 500 (S&P 500 Index)؟

- أ- انخفض بصورة مستمرة وبشكل دوري
- ب- زاد زيادة طفيفة وبمنط خطي
- ت- تأرجح صعوداً وهبوطاً، ولكن بوجه عام بقي دون تغيير
- ث- شهد نمواً كبيراً بفضل التكنولوجيا الحديثة

**س4** إذا تغيرت الحقائق الخارجية تدريجياً، ولكن منظمنا فشلت في مسيرتها، فقد يضع ذلك حداً لبقاء المنظمة. لماذا؟

- أ- لأن طرقنا التنظيمية الداخلية أصبحت مختلفة من الناحية التشغيلية
- ب- لأن طرقنا الدعائية لم تعد تلقى صدى لدى العملاء
- ت- لأن أساس القيمة الذي نقدمه أصبح غير ذو قيمة وملغياً
- ث- لأن أساس طرق المحاسبة التي نتبعها أصبحت مغلوطة

**س5** إذا أرادت منظمة الحفاظ على ملاءمتها – سواء في الوقت الحالي أو في المستقبل – فما الذي ينبغي عليها فعله فيما يتعلق بميثاقها وغرضها وطرقها التنظيمية وعلاماتها التجارية وعروضها؟

- أ- إضافة بعض التعديلات عليها كل بضعة اعوام أو نحو ذلك
- ب- تقديمها للجنة تقييم سنوية
- ت- التأكد من عدم تغييرها على الإطلاق
- ث- إعادة تجديدها والابتكار فيها بصفة مستمرة

**س6** ماذا تتوقع وتخطط له استراتيجية النمو المستجيب ؟

- أ- ظروف اقتصادية سريعة التغير
- ب- استدامة ولاء العملاء
- ت- إحداث تحولات سوقية بمعدل تطور بطيء
- ث- تحديات وفرص سريعة النشأة

7س المتطلب الأول للقدرة على الاستفادة من استراتيجية نمو مستجيب هو وجود \_\_\_\_\_ .

- أ- عملية حوكمة للابتكار
- ب- ثقافة وفلسفة للابتكار
- ت- مسئول تنفيذي رفيع المستوى ذو بصيرة لقيادة الابتكار
- ث- نماذج مفاهيمية للابتكار

8س قدرة المنظمة على الاستفادة من استراتيجية النمو المستجيب تتطلب منها أن تعمل \_\_\_\_\_ .

- أ- بسرعة وانسيابية ورشاقة – كما لو كانت شركة ناشئة
- ب- وفقاً للطرق التنظيمية والرقابية المناسبة – اللازمة لإظهار الامتثال
- ت- بسرعة وحماس – مع عدم وجود قواعد تعيق تقدمها
- ث- بصورة مباشرة وخطية وممنهجة – مثل المهندسين

9س أي مما يلي يُعد أداة تتيح لنا التقاط الأشياء التي يراها عملاؤنا ويسمعونها ويفكرون بها ويشعرون بها ويقولونها ويفعلونها؟

- أ- خريطة الابتكار
- ب- خريطة التعاطف
- ت- خريطة التخطيط الشخصي (السيكوغرافية)
- ث- خريطة المعلومات السكانية (الديموغرافية)

10س يُعرّف ابتكار الأعمال بأنه القيام بشيء ما بطريقة جديدة أو مبتكرة للعملاء والأسواق (بطريقة مربحة للأعمال) حيث تُقدم \_\_\_\_\_ .

- أ- قيمة أكثر و/أو تجربة أفضل
- ب- منتجات وخدمات مبهرة
- ت- شيء جديد تماماً
- ث- تسويق مقنع

11س بمرور الوقت، مع تطور الأسواق و "تصاعد" احتياجاتها، ما الذي ينبغي على المؤسسات فعله "لتصعيد" القيمة التي تقدمها للسوق؟

- أ- فهم نقاط قوتها ونقاط ضعفها
- ب- تغيير استراتيجية أعمالها
- ت- تطوير إمكاناتها
- ث- التلاعب في الأسواق

12س متى يمكن أن يكون السعي نحو الابتكار كغاية في حد ذاته (كان تُوصف المنظمة بأنها ابتكارية) أمراً مقبولاً؟

- أ- أبداً
- ب- من حين إلى آخر
- ت- في أغلب الأوقات
- ث- دائماً

س13 المقصود بالابتكار الاستراتيجي هو عند السعي لتحقيق الابتكار لأسباب استراتيجية واضحة وتتضمن \_\_\_\_\_ .

- أ- جميع ما سبق من الكفاءات الاستراتيجية الأخرى
- ب- إقناع العالم بمدى قدرتنا على الابتكار
- ت- السعي الحثيث لتحقيق نمو في الإيرادات
- ث- السعي الحثيث لتحقيق القيمة الأصلية

س14 يتضمن الابتكار الاستراتيجي الاكتشاف المستمر لـ \_\_\_\_\_ .

- أ- أفضل الممارسات في إدارة المشروعات
- ب- مبادئ علمية جديدة
- ت- احتياجات السوق الناشئة
- ث- اختراعات جديدة على العالم

س15 تتطلب مواصلة الابتكار الاستراتيجي ثقافة \_\_\_\_\_ .

- أ- تتقبل التغيير وعدم اليقين
- ب- تتبنى نماذج الإدارة المتطورة باستمرار
- ت- تتجنب المخاطرة بأي ثمن
- ث- تتجنب إجراء التجارب غير الضرورية

س16 يتطلب السعي للابتكار الاستراتيجي عملية تبصر \_\_\_\_\_ .

- أ- خارجية تماماً
- ب- استشرافية تماماً
- ت- داخلية تماماً
- ث- تصاعدية تماماً

س17 يتطلب تقديم حلول خارقة (10X) القيام بـ \_\_\_\_\_ في مشاكل جديدة يمكن فهمها على مستوى أعمق.

- أ- إعادة تقييم الفرص
- ب- إعادة تحديد بصائر السوق
- ت- إعادة صياغة المشكلات
- ث- تقييم الإمكانيات التكنولوجية

س18 مجالات الممارسة الرئيسية التي تساعد في القدرة على تقديم حلول خارقة (10X) تتضمن أي مما يلي؟

- أ- علم النفس
- ب- علم الانسان وعلم الاجتماع
- ت- التصميم والتكنولوجيا
- ث- جميع ما سبق

19س إن استهداف الابتكار الخارق (10x) يدفعنا إلى السعي لفهم \_\_\_\_\_ للعملاء.

- أ- النتائج المرجوة
- ب- الوظائف التي ينبغي القيام بها
- ت- الميزانية المخصصة
- ث- أنماط الشراء السابقة

20س ما هي الأنواع الأربعة للابتكار المؤسسي؟

- أ- المستدام والمزعزع والوصفي والتحويلي
- ب- التحسيني والخارق والإداري والابتكار في مقر العمل
- ت- المستدام والتحسيني والمزعزع والتقريبي
- ث- التحسيني والخارق والمزعزع والتحويلي

21س ما هو الأفق الاستراتيجي الذي تقوم فكرته على تمديد الأعمال الأساسية والدفاع عنها؟

- أ- الأفق الأول
- ب- الأفق الثاني
- ت- الفترة الأولى
- ث- الأفق الثالث

22س أي مما يلي يُعد الفكرة الرئيسية للأفق الاستراتيجي الثالث؟

- أ- التمديد والدفاع عن الأعمال الأساسية
- ب- توسيع الأعمال الأساسية عن طريق بناء الأعمال الناشئة
- ت- خلق خيارات جديدة قابلة للتطبيق لتحويل المؤسسة
- ث- بسط الهيمنة المطلقة على أسواقك

23س أنواع الابتكار التي تُعد أكثر ملاءمة للأفق الاستراتيجي الثاني هي \_\_\_\_\_ .

- أ- جميع أنواع الابتكار ستفي بالغرض
- ب- التحسيني أو المستدام
- ت- المزعزع أو التحويلي
- ث- الخارق أو المزعزع

24س إلى ماذا تشير عبارة "أسس القيمة" ؟

- أ- التقنية الأساسية التي تعتمد عليها المنتجات والخدمات
- ب- أي شيء نقدمه ونحقق دخلاً منه
- ت- الإقرار بحاجتنا إلى الابتكار
- ث- الوعد الذي تقدمه علامتنا التجارية إلى الأسواق

س25 إلى ماذا تشير عبارة "انتشار الابتكارات" ؟

- أ- مدى تبني الابتكارات الجديدة في السوق
- ب- مدى انتشار التكنولوجيا الجديدة بين المنافسين
- ت- مدى ظهور استراتيجيات التسويق الجديدة على مدار الوقت
- ث- مدى اكتشاف البصائر النفسية وتطبيقها من عقد إلى آخر

س26 ما الذي يكشفه إنشاء استراتيجية ابتكار شاملة بالنسبة للمنظمة؟

- أ- الضرورات الاستراتيجية الأخرى التي تعتمزم السعي لتحقيقها
- ب- مقدار الحصة السوقية التي تعتمزم الأستحواذ عليها من المنافسين
- ت- مقدار العائد المالي الذي تعتمزم تحقيقه من خلال الابتكار
- ث- أنواع الابتكارات التي تعتمزم السعي إليها ولماذا

س27 تقدم لنا مسارات الابتكار الاستراتيجي إجابة - على مستوى عالي - بشأن الأماكن التي نعتمزم فيها أن \_\_\_\_\_.

- أ- نتصيد فرصاً جديدة للأعمال
- ب- نتصيد فرصاً ابتكارية جديدة
- ت- نستكشف طرقاً للتغلب على منافسينا
- ث- البحث عن فرص للتحسن المستمر

س28 أي من المحاور التالية ذو صلة بالمجموعات الثلاث من مسارات الابتكار؟

- أ- استقراء القيمة، والاحتفاظ بالقيمة، وتنظيم القيمة
- ب- إبادة القيمة، واحتساب القيمة، وخلق القيمة
- ت- تجريب القيمة ومعايرة القيمة ورسملة القيمة
- ث- استخلاص القيمة، والاحتفاظ بالقيمة، وخلق القيمة

س29 يتطلب كل مسار ابتكار استراتيجي متعاقب مستوى متزايداً من \_\_\_\_\_ لضمان قدرة المؤسسة على متابعة التنفيذ والتسليم؟

- أ- الإدارة الاستراتيجية
- ب- النضج الابتكاري
- ت- ثقافة الابتكار
- ث- حوكمة الابتكار

س30 المسار رقم صفر (0) يسمى \_\_\_\_\_.

- أ- ابتزاز السوق
- ب- ترحيل السوق
- ت- تنقيب السوق
- ث- استغلال السوق

س31 إلى أي تركيز استراتيجي ينتمي المسار الأول والثاني والثالث؟

- أ- استخلاص القيمة
- ب- الاحتفاظ بالقيمة
- ت- خلق القيمة
- ث- تسليم القيمة

س32 إلى أي تركيز استراتيجي ينتمي المسار الرابع والخامس والسادس؟

- أ- استخلاص القيمة
- ب- الاحتفاظ بالقيمة
- ت- خلق القيمة
- ث- تسليم القيمة

س33 في أي نوع من أنواع النمو يمكن أن يُصنف البحث والتطوير الداخلي؟

- أ- العضوي
- ب- البسيط
- ت- الأساسي
- ث- غير العضوي

س34 في أي نوع من أنواع النمو يمكن أن تُصنف مشاريع الاستثمار في الشركات، والاندماج والاستحواذ؟

- أ- العضوي
- ب- العلاقات
- ت- النظام البيئي
- ث- غير العضوي

س35 ما هو المزيج الموصى به من الأفق الأول والثاني والثالث لموازنة الريح قصير المدى مع المرونة طويلة المدى (قاعدة المرونة)؟

- أ- 10 / 20 / 70
- ب- 5 / 15 / 80
- ت- 15 / 25 / 60
- ث- 20 / 35 / 50

س36 "المشكلة التي تستحق عناء الحل" هي التي \_\_\_\_\_ ، وهذا ما يجب أن يمكننا من تحقيق عائد عند تقديم الحل.

- أ- لا يقوم أي أحد آخر بمعالجتها
- ب- تجذب اهتمام فريق القيادة التنفيذية لدينا
- ت- تتضمن أقل قدر ممكن من المخاطر
- ث- تؤثر على عدد كافٍ من الأشخاص أو المؤسسات

37 س بالنسبة إلى الوقت الحاضر والمستقبل المنظور، السؤال الرئيسي الذي يجب على المنظمة طرحه هو ... "أين هي أكبر الاحتياجات السوقية التي لم تُلبى؟" وهذا يتطلب \_\_\_\_\_ فيما يتعلق بعمالهم.

- أ- تعاطفاً
- ب- شغفاً
- ت- احتراماً
- ث- طريقة للتحكم والتلاعب

38 س في بعض الأحيان، في إطار البحث عن حلول خارقة، علينا أن \_\_\_\_\_.

- أ- نتوقف عن مواجهة الأسئلة القليلة جداً وابدأ في مواجهة مجموعة أكبر من الأسئلة
- ب- نتوقف عن مواجهة الأسئلة ومنتقل إلى العثور على إجابة في أسرع وقت ممكن
- ت- نتوقف عن مواجهة الأسئلة التي طالما واجهتها هذه الصناعة، ونواجه أسئلة مختلفة من تلك الصناعة
- ث- نتوقف عن مواجهة نفس الأسئلة التي واجهتها الصناعة تاريخياً، ونبحث عن سؤال أكثر جوهرية لمواجهته

39 س من المهم فهم الشرائح السوقية المختلفة الخاصة بك لأن كل شريحة قد يكون لها \_\_\_\_\_ خاصة بها.

- أ- مهام واهتمامات وظيفية
- ب- احتياجات ودوافع أساسية
- ت- قوة إنفاق
- ث- أفكار ابتكارية

40 س وفقاً لكتاب الحمض النووي للمبتكر (The Innovator's DNA)، أي مما يلي يشير إلى المهارات الخمس الاستكشافية؟

- أ- العصف الذهني، وتوليد الأفكار، والسرد القصصي، والاستماع، والتصميم
- ب- الرسم وصنع النماذج والتحليل والاستقراء وإعداد التقارير
- ت- الملاحظة والتساؤل والتشبيك والتجريب والربط
- ث- العرض والرد والاستبطان وإدارة الوقت والبراماتية

41 س في نموذج توالي القيمة الاقتصادية، ماهو ترتيب التوالي، من الأقل قيمة إلى الأعلى قيمة:

- أ- التجارب، الخدمات، البضائع، السلع
- ب- البضائع، الخدمات، السلع، التجارب
- ت- السلع، الخدمات، البضائع، التجارب
- ث- السلع، البضائع، الخدمات، التجارب



- س 42 عندما تتم التجربة على أكثر من نطاق - عادةً ما تكون ملموسة ورقمية/أو عبر الأجهزة المحمولة، يتم وصف تجربة العميل بأنه؟
- ذات اتجاهات متعددة
  - ذات احداث متعددة
  - ذات قنوات متعددة
  - شمولي

س43 تصميم التجربة يتضمن تخطيط وتنظيم \_\_\_\_\_ .

- الأفراد والبنية التحتية والاتصالات والمواد
- الألات والشبكات والسجلات والطاقة
- الأفراد والتسويق والألات والسلع
- السلع والبضائع والخدمات والتجارب

س 44 ما هي العوامل الخمسة التي يجب أن نأخذها في الاعتبار ونفكر فيها عند تحليل تجربة العميل (الحالية أو الجديدة)؟

- الإعداد / المقاصد / الأفكار / المنصات / هويات أصحاب المصلحة
- الافتتاحية / الأنشطة / العواطف / القناة / إجراءات أصحاب المصلحة
- البدء / التنشيط / الإبلاغ / التواصل / الإنهاء
- التمهيد / عناصر العمل / علم النفس / الموقع / توقعات أصحاب المصلحة

س 45 أساس الابتكار في نموذج العمل لا يكمن فقط في تغيير ما تقدمه، ولكن في تغيير \_\_\_\_\_ .

- كيف نعترم تقديمه
- ما نزع أننا نقوم بتقديمه
- ما لا نقوم بتقديمه
- كيف ندافع عن الأساس الذي نتبعه في تقديمه

س 46 يتضمن الابتكار في نموذج العمل عملية يتم فيها فحص \_\_\_\_\_ .

- الهيكل التنظيمي الداخلي للمؤسسة، لإيجاد طرق للتحكم بشكل أفضل
- محفظة منتجاتهم وخدماتهم، لإيجاد طرق لتقديمها بشكل أكثر كفاءة
- مجالات المؤسسة المختلفة، لاكتشاف المجالات التي يمكنهم الابتكار فيها
- وضعهم التنافسي في السوق لمعرفة كيفية التغلب على منافسيهم

س 47 كجزء من عملية التصميم، يُمكن التفكير في التصميمات الممكنة لنموذج العمل في أي ترتيب أو دمج معين إلى حين \_\_\_\_\_.

- أ- ظهور التصميم الأفضل الذي سيحقق زيادة دائمة في أرباح المؤسسة
- ب- ظهور التصميم الأفضل الذي يقدم نوع القيمة المطلوبة للتوافق مع حاجة سوقية معينة
- ت- ظهور تصميم جيد ينال رضا المديرين التنفيذيين بالشركة
- ث- العثور على تصميم جيد بما يكفي قد يقدم قيمة جيدة للسوق

س48 مخطط نموذج العمل عبارة عن أداة مرنية تسمح بالقيام بـ \_\_\_\_\_ فيما يتعلق بنموذج العمل، من أجل العثور على نموذج يقدم قيمة وتجارب جديدة يمكن تحقيق الدخل منها.

- أ- جميع المجالات المحتملة الستة معاً
- ب- تقييم نقاط التمايز الاثنتين والعشرين
- ت- التفكير في أنواع جديدة تماماً
- ث- كل ما ورد اعلاه

س 49 ما هي أهم نقطة في خطة العمل؟

- أ- هل تضم جميع بياناتك بشكل فعال، وهل ستثير اهتمام المديرين التنفيذيين في المنظمة؟
- ب- هل تنقل جميع التوقعات المالية بشكل صحيح، وهل ستثير إعجاب إدارتك؟
- ت- هل تحكي قصتك بشكل مقنع، وهل ستؤثر على مؤسستك للاستثمار في الفكرة؟
- ث- هل تحكي قصة العائد المالي الهائل الذي سيقنع مؤسستك بالتخلي عن كل شيء آخر وتدخله إلى السوق على الفور؟

س50 تتناول حزمة الطرح أقسام محددة من خطة العمل حتى يتمكن الفريق الذي يستخدمها من \_\_\_\_\_.

- أ- تقديم شرح منهجي لكل جزء من خطة أعمالهم بالتفصيل
- ب- إخبار قصة مقنعة تمكنهم من اقناع المؤسسة بفكرتهم
- ت- إقناع المديرين التنفيذيين باختيار فكرتهم بغض النظر عما يتطلبه ذلك
- ث- تقديم حزم من الأبحاث والنتائج لإثبات صحة فكرتهم

## مفتاح الإجابة

### الامتحان التجريبي لاستراتيجي الابتكار المعتمد

الإجابة الصحيحة	س	الإجابة الصحيحة	س	الإجابة الصحيحة	س	الإجابة الصحيحة	س	الإجابة الصحيحة	س
ث	41	ب	31	أ	21	ت	11	ث	1
ت	42	ت	32	ت	22	أ	12	ب	2
أ	43	أ	33	ث	23	ث	13	أ	3
ب	44	ث	34	ب	24	ت	14	ت	4
أ	45	أ	35	أ	25	أ	15	ث	5
ت	46	ث	36	ث	26	ب	16	ث	6
ب	47	أ	37	ب	27	ت	17	ب	7
ث	48	ث	38	ث	28	ث	18	أ	8
ت	49	ب	39	ب	29	أ	19	ب	9
ب	50	ت	40	ث	30	ث	20	أ	10



الهاتف: +1 877 276 7701 / البريد الإلكتروني: gini@gini.org / الموقع الإلكتروني: www.gini.org

#### إشعار حقوق النشر

جميع النصوص والصور الواردة هنا هي ملكية محفوظة الحقوق لمعهد الابتكار العالمي.  
يتطلب إعادة إنتاج أو تعديل أو توزيع أي جزء من المحتوى هنا الحصول على إذن كتابي مسبق من المعهد الابتكار العالمي.  
حقوق الطبع والنشر لمعهد الابتكار العالمي ©2019. كل الحقوق محفوظة.