الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التَّعليم العالي والبحث العلمي

اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وريادة الاعمال الجامعية والواجهات

المديرية العامة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي

المديرية العامة للتعليم والتكوين

مقياس الشركات الناشئة الرشيقة(Lean Startup)

2027-2026

مقدمة

يشهد العالم اليوم تحولات متسارعة تقودها الثورة الرقمية، والذكاء الاصطناعي، والاقتصاد المبني على المعرفة، مما أدى إلى ظهور نماذج جديدة للابتكار وريادة الأعمال تعتمد على السرعة في التعلم والتكيف أكثر من اعتمادها على التخطيط التقليدي طويل الأمد.

وفي هذا السياق، أصبحت الجامعات الحديثة، خاصة الجامعات الريادية والجامعات من الجيل الرابع(University 4.0) ، مطالبة بأداء أدوار جديدة لا تقتصر على التعليم والبحث العلمي، بل تمتد إلى تثمين نتائج البحث العلمي وتحويل المعرفة إلى قيمة اقتصادية واجتماعية من خلال إنشاء شركات ناشئة، شركات مصغرة، شركات فرعية، أو عبر تثمين براءات الاختراع.

ويهدف هذا المقياس إلى تمكين الطلبة من تحويل الأفكار، خاصة الناتجة عن البحث العلمي والابتكار التكنولوجي، إلى مشاريع اقتصادية قابلة للنمو في بيئة تتسم بعدم اليقين، حيث لا يرتبط النجاح فقط بامتلاك فكرة مبتكرة، بل بالقدرة على فهم السوق، اختبار الفرضيات، التعلم المستمر، واتخاذ القرار المبني على البيانات.

ويستند المقياس إلى منهجية Eric Riesالتي أحدثت تحولاً جذرياً من منطق "التخطيط والتنفيذ" إلى منطق "الاكتشاف والتعلم"، مع إدماج الذكاء الاصطناعي، TRIZ، محاسبة الابتكار، إدارة الفشل، واستراتيجيات النمو الحديثة.

1- التعريف العام بالمقياس

مقياس أكاديمي تطبيقي يهدف إلى تمكين الطلبة من:

- فهم وتطبيق منهجية Lean Startup
- تطوير مشاريع ابتكارية في بيئة عدم اليقين
- التعلم السريع والتجريب المستمر وتقليل الهدر
- تحويل الأفكار العلمية إلى نماذج أعمال قابلة للاختبار
- فهم النظام البيئي الريادي الوطني والجامعي
- توظيف الذكاء الاصطناعي و TRIZفي الابتكار
- قياس الأداء واتخاذ القرار المبني على البيانات

2- الأهداف التعليمية

في نهاية المقياس يكون الطالب قادراً على:

- إدراك دور الجامعة 4.0 في الابتكار
- فهم المنظومة الريادية الوطنية
- فهم فلسفة Lean Startup
- تحويل الأفكار إلى فرص أعمال قابلة للتجريب
- إجراء Customer Discovery
- تصميم Business Model Canvas

- تطوير MVP
- استخدام AI و TRIZ
- تحليل مؤشرات الأداء (KPIs, AARRR)
- إدارة الفشل واتخاذ قرار Pivot / Persevere
- فهم محاسبة الابتكار (Innovation Accounting)
- إعداد استراتيجيات التمويل والنمو

3- المكتسبات القبلية

- مبادئ ريادة الأعمال
- إدارة المشاريع
- مفاهيم الابتكار
- أساسيات البحث العلمي
- العمل الجماعي
- استخدام الأدوات الرقمية

4- محتوى المقياس (البرنامج التفصيلي)

الوحدة 01: الجامعة الريادية والجامعة من الجيل الرابع(University 4.0)

- تطور أجيال الجامعات (1.0 → 4.0)
- خصائص الجامعة 4.0
- الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي في التعليم العالي
- دور الجامعة في الاقتصاد المعرفي
- تثمين نتائج البحث العلمي
- تحويل البحث العلمي إلى شركات ناشئة
- الجامعة كمحرك للابتكار والتنمية الاقتصادية
- نماذج عالمية للجامعات الريادية:

Massachusetts Institute of Technology (MIT)
Stanford University
University of Cambridge
singhua University (China)
National University of Singapore (NUS)
Technical University of Munich (TUM)
PSL University / Polytechnique (France)

الأعمال التطبيقية:

الوحدة 01: الجامعة الريادية والجامعة 4.0

دراسة حالة: لماذا نجحت MIT في إنشاء آلاف الشركات الناشئة؟

يقوم الطلبة بتحليل:

- العلاقة بين البحث العلمي والابتكار .
- دور الحاضنات والمسرعات .
- آليات تمويل الابتكار .
- مساهمة الجامعة في الاقتصاد المحلي .

المطلوب

1. تحديد عناصر نموذج الجامعة الريادية .
2. مقارنة MIT بجامعات جزائرية .
3. اقتراح خطة لتحويل جامعة جزائرية إلى جامعة 4.0 .

ورشة عمل: تصميم جامعة جزائرية4.0

يقسم الطلبة إلى فرق.

كل فريق يصمم:

- مركز ابتكار .
- حاضنة أعمال .
- مسرعة اعمال
- مردز الدعم التكنولوجي والابتكار
- شركة فرعية .
- صندوق استثمار جامعي .

ثم يقدم الطالب مخططاً تنظيمياً متكاملاً (خارطة شاملة للجامعة من الجيل 4.0)

الوحدة 02: منظومة ريادة الأعمال والابتكار في الجزائر والجامعة

- مفهوم المنظومة الريادية
- الفاعلون في النظام البيئي الريادي
- سياسة الجزائر في دعم الابتكار
- حاضنات ومسرعات الأعمال
- الصناديق الاستثمارية
- القرار الوزاري 1275 (مؤسسة ناشئة / مصغرة / براءة اختراع)
- الحاضنات الجامعية ومراكز الدعم التكنولوجي والابتكار
- دور الذكاء الاصطناعي في المنظومة

- ربط الجامعة بالمحيط الاقتصادي

الأعمال التطبيقية:

دراسة حالة: رحلة شركة ناشئة جزائرية

يتم اختيار شركة ناشئة جزائرية حاصلة على وسم مؤسسة ناشئة.

المطلوب

1. تحليل الفاعلين الذين دعموها .
2. تحديد مصادر التمويل .
3. رسم خريطة النظام البيئي المحيط بها .
4. اقتراح آليات تسريع نموها .

ورشة عمل: رسم خريطة النظام البيئي

باستخدام برنامج Miro أوCanvas

ورشة عمل: رسم خريطة النظام البيئي لريادة الأعمال والابتكار باستخدام Miro أو Canvasالهدف من الورشة تمكين الطلبة من فهم مختلف الفاعلين في منظومة ريادة الأعمال والابتكار وكيفية تفاعلهم مع بعضهم البعض داخل النظام البيئي.

ما المقصود بخريطة النظام البيئي الريادي؟

هي تمثيل بصري يوضح الجهات الفاعلة التي تساهم في إنشاء وتطوير وتمويل ومرافقة الشركات الناشئة، مع إبراز العلاقات والروابط بينها.

الخطوة الأولى: تحديد الفاعلين: يقوم الطلبة بحصر الفاعلين الرئيسيين في المنظومة الجزائرية، مثل:

- الجامعات والمؤسسات البحثية .
- الحاضنات الجامعية .
- مراكز تطوير المقاولاتية .
- مسرعات الأعمال .
- المستثمرون الملائكة .
- صناديق رأس المال المخاطر .
- البنوك .
- المؤسسات الاقتصادية .

- الهيئات الحكومية الداعمة للابتكار .
- الشركات الناشئة .
- أصحاب الأفكار والمبتكرون .

الخطوة الثانية: تنظيم الفاعلين في مجموعات، اذ يمكن تقسيم الخريطة إلى خمسة محاور رئيسية:

1-محور توليد المعرفة

- الجامعات .
- مراكز البحث .
- المخابر العلمية .

2- محور التكوين والمرافقة والدعم

- الحاضنات .
- مسرعات الأعمال .
- مراكز الابتكار .

3- محور التمويل

- المستثمرون الملائكة .
- صناديق الاستثمار .
- البنوك .

4- محور السوق

- المؤسسات الاقتصادية .
- الزبائن .
- الشركاء الصناعيون .

5-محور التنظيم والتشريع

- الوزارات .
- الهيئات الحكومية .
- الوكالات الوطنية .

الخطوة الثالثة: إنشاء الخريطة

باستخدام Miro أوCanvas

1. وضع "الشركة الناشئة" في وسط الخريطة .
2. وضع الفاعلين الآخرين حولها .
3. رسم أسهم توضح طبيعة العلاقة .

مثال:

الجامعة ← معرفة وأبحاث → الشركة الناشئة

الحاضنة ← تكوين مرافقة وتوجيه → الشركة الناشئة

المستثمر ← تمويل → الشركة الناشئة

المؤسسة الاقتصادية ← شراكة أو زبون → الشركة الناشئة

الخطوة الرابعة: تحليل العلاقات، **يطلب من كل فريق الإجابة عن الأسئلة التالية:**

- من هو أهم فاعل في نجاح الشركة الناشئة؟
- ما هي العلاقات المفقودة في المنظومة؟
- كيف يمكن تعزيز التعاون بين الجامعة والمؤسسة الاقتصادية؟
- ما هي العقبات التي قد تواجه الشركة الناشئة داخل هذه المنظومة؟

في نهاية الحصة (الورشة) يقدم كل فريق:

- خريطة بصرية للنظام البيئي .
- شرحاً لمدة 5 دقائق .
- اقتراحات لتحسين منظومة ريادة الأعمال والابتكار في الجزائر .

هذا التمرين لا يهدف فقط إلى معرفة الفاعلين، بل إلى جعل الطالب يدرك أن نجاح الشركة الناشئة لا يعتمد على الفكرة وحدها، وإنما على قدرتها على الاستفادة من شبكة متكاملة من المؤسسات والموارد والعلاقات داخل النظام البيئي للابتكار.

يقوم الطلبة ببناء:

- خريطة الحاضنات .
- المستثمرين .
- الجامعات .
- الهيئات الحكومية .

وتوضيح العلاقات بينها.

الوحدة 03: مدخل إلى الشركات الناشئة ومنهجيةLean Startup

- الفرق بين المؤسسة التقليدية والشركة الناشئة
- مفهوم الابتكار
- عدم اليقين في المشاريع
- نشأة Lean Startup
- مبادئ المنهجية
- التعلم الموثق (Validated Learning)
- تقليل الهدر
- دورة البناء – القياس – التعلم Build – Measure – Learn
- محاسبة الابتكار(Innovation Accounting)
- الفرق بين المحاسبة التقليدية ومحاسبة الابتكار
- قياس التقدم في بيئة عدم اليقين
- مؤشرات التعلم بدل مؤشرات الربح

الأعمال التطبيقية:

مدخل إلىLean Startup

دراسة حالة: فشل شركة ناشئة تكنولوجية

شركة طورت تطبيقا باستثمار 100 ألف دينار قبل التحقق من حاجة السوق.

المطلوب:

1. تحديد الأخطاء المرتكبة .
2. تحديد الهدر .(Waste)
3. اقتراح تطبيق منهجية .Lean Startup
4. بناء دورة Build-Measure-Learn بديلة .

ورشة عمل:

تحليل حالة شركةDropbox : قبل تطوير المنتج الكامل اعتمدت الشركة على فيديو توضيحي فقط.

المطلوب

- تحديد الفرضيات .
- تحليل آلية التحقق .
- حساب تكلفة التجربة مقارنة بتطوير منتج كامل.

الوحدة 04: فهم السوق وسلوك الزبون(Customer Discovery)

- مراحل إنشاء المؤسسة الناشئة (الفكرة ، الفريق، النموذج الاولي، الاستثمار).
- منهجية Steve Blank

- فهم السوق وسلوك الزبون Customer Development
- تحديد المشكلة
- تحليل احتياجات الزبون
- المقابلات الريادية
- بناء الفرضيات
- ملاءمة الحل للمشكلةProblem-Solution Fit

الأعمال التطبيقية:

دراسة حالة: منصة ذكاء اصطناعي للطلبة

يدعي الفريق أن الطلبة يحتاجون إلى منصة مساعدة أكاديمية.

المطلوب:

1. صياغة 10 فرضيات .
2. إعداد دليل مقابلة .
3. إجراء 20 مقابلة ميدانية .
4. استخراج المشكلات الحقيقية .

ورشة عمل: المقابلات الريادية

يقوم الطلبة بمحاكاة:

- رائد أعمال .
- عميل محتمل .
- مستثمر .

ثم تحليل نتائج المقابلات.

الوحدة 05: نموذج الأعمال(Business Model Canvas)

- مفهوم نموذج الأعمال Business Model Canvas
- القيمة المقترحة
- شرائح العملاء
- القنوات
- مصادر الإيرادات
- الهيكل المالي

الأعمال التطبيقية:

- تصميم نموذج أعمال
- **دراسة حالة**: شركة ناشئة في الصحة الرقمية
- توفر استشارات طبية عن بعد.
- المطلوب:
- إعداد نموذج أعمال كامل يشمل:
- القيمة المقترحة .

- العملاء .
- الإيرادات .
- الشركاء .
- ورشة عمل
- تحدي 60 دقيقة
- يمنح لكل فريق مشروع مختلف.
- خلال ساعة واحدة يجب إعدادBusiness Model Canvas كامل ثم الدفاع عنه أمام لجنة تقييم.

الوحدة 06: المنتج الأولي(MVP)

- مفهوم MVP
- أنواع MVP رقمي / تجريبي / خدمة وهمية
- اختبار الفرضيات
- النمذجة السريعة
- أدوات تطوير النماذج الأولية
- MVPالرقمي والصناعي
- كيفية قياس الفشل في اقصر مدة ممكنة.

الأعمال التطبيقية:

دراسة حالة: تطبيق توصيل ذكي، **ميزانية الفريق محدودة.**

المطلوب:

1. تصميم MVP بأقل تكلفة .
2. تحديد الفرضيات الحرجة .
3. اختيار نوع MVP المناسب .
4. تحديد مؤشرات النجاح والفشل .

ورشة عمل: بناء MVP حقيقي **باستخدام الأدوات التالية:**

- Figma
- Glide
- Bubble
- Canvas

يقوم الطلبة ببناء نموذج أولي خلال الحصة أو في المنزل.

الوحدة 07: الذكاء الاصطناعي و طريقة TRIZفي الابتكار

- الذكاء الاصطناعي في ريادة الأعمال
- توليد الأفكار

- تحليل السوق
- تطوير MVP
- التسويق الذكي
- منهجية TRIZ
- التناقضات التقنية
- الحل المثالي النهائي
- دمج AI مع TRIZ
- التكنلوجيا العميقة للشركات الناشئةDeep Tech Startups

الأعمال التطبيقية:

دراسة حالة: شركة زراعية ذكية

زيادة الإنتاج مع تقليل استهلاك المياه.

المطلوب:

1. تحديد التناقض التقني .
2. تطبيق مبادئ .TRIZ
3. استخدام ChatGPT أو أدوات AI لتوليد حلول .
4. تقييم الحلول المقترحة .

ورشة عمل AI Innovation Sprint

خلال 90 دقيقة.

يقوم الطلبة بتوليد:

- فكرة مبتكرة .
- .MVP
- نموذج أعمال .

باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي فقط.

الوحدة 08: القياس والتحليل وإدارة الفشل

- مؤشرات الأداء KPIs
- إدارة المؤسسة الناشئة
- قيادة فرق الابتكار.
- مفاهيم قياس النمو في الشركات الناشئة:
- طريقة قياس تطور الشركة الناشئة AARRR Metrics عبر 5 مراحل:

- جذب المستخدمين **كيف نصل إلى العملاء؟**← Acquisition
- تفعيل المستخدم **هل جرّب المستخدم المنتج لأول مرة؟**← Activation
- الاحتفاظ بالمستخدمين **هل يعودون لاستخدامه؟**← Rétention
- تحقيق الإيرادات **هل يحقق المشروع أرباحاً؟**← Revenue
- الإحالة/التوصية **هل ينصح المستخدمون الآخرين بالمنتج؟**← Referral

•ملائمة المنتج للسوق Product-Market Fit →**يعني أن المنتج أصبح يحل مشكلة حقيقية ويطلبه السوق فعلاً.**

•**ملاءمة المشكلة للحل Problem-Solution Fit**→يعني أن الحل الذي نقدمه مناسب فعلاً للمشكلة التي تم تحديدها.

• Retention / Churn / Burn Metrics

- معدل الاحتفاظ بالمستخدمين، **كم عدد الذين يستمرون في الاستخدام** → Retention
- معدل فقدان المستخدمين، **كم عدد الذين يتركون المنتج**→ Churn
- معدل استخدام الأموال، **كم ينفق المشروع من المال بسرعة** → Burn

•**مؤشرات التعلم Learning Metrics**→تقيس ماذا تعلمنا فعلاً من التجارب وليس فقط الأرباح.
•إدارة الفشل المبكر تعني: اكتشاف الفشل بسرعة في بداية المشروع لتقليل الخسائر وتعديل المسار في الوقت المناسب.

•**معايير إيقاف المشروع Kill Criteria**→هي شروط واضحة تساعدنا في اتخاذ قرار أن المشروع لا يستحق الاستمرار ويجب إيقافه مبكراً.

- **الأعمال التطبيقية:**

دراسة حالة: منصة تعليم إلكتروني
البيانات:

- 10,000زيارة .
- 1,000تسجيل .
- 400مستخدم نشط .
- 40عميل مدفوع .

المطلوب:

1. حساب مؤشرات AARRR.
2. تحديد نقطة الاختناق .
3. اقتراح حلول تحسين .
4. تحديد ما إذا كان المشروع يتجه نحو Product-Market Fit.

ورشة عمل: لوحة قيادة الشركة الناشئة ، يقوم الطلبة ببناء Dashboard تحتوي على:

- Acquisition
- Activation

- Retention
- Revenue
- Referral
- Burn Rate

ثم تفسير النتائج.

الوحدة 09: تغيير مسار الفكرة المبتكرة أو الاستمرار Pivot vs Persevere

- مفهوم التحول الجزئي أو الكلي Pivot
- مفهوم Persevere الاستمرار
- متى نغير الاتجاه؟
- أنواع Pivot
- مؤشرات القرار

الأعمال التطبيقية:

دراسة حال: شركة Instagram

تحليل انتقال الشركة من تطبيق Burbn إلىInstagram

المطلوب:

1. تحديد سبب .Pivot
2. تحديد البيانات التي دعمت القرار .
3. تحليل النتائج المحققة .
4. اقتراح بدائل أخرى ممكنة .

ورشة عمل: محاكاة مجلس إدارة يعرض على الطلبة ملف شركة ناشئة يتضمن:

- مؤشرات الأداء .
- آراء العملاء .
- الوضع المالي .

ثم يتخذون قراراً جماعياً:

- Pivot
- Persevere
- Kill Project

مع تبرير القرار بالإحصائيات والأرقام.

الوحدة 10: التمويل والنمو والتوسع

- التمويل الأولي
- التمويل الذاتي

- المستثمرون
- المستثمرون الملائكة
- رأس المال المخاطر
- التمويل الجماعي
- مراحل التمويل
- استراتيجيات النمو السريع باستخدام وسائل مبتكرة ومنخفضة التكلفة (اختراق النمو) Growth Hacking
- محركات النمو(Engines of Growth)

- مفهوم محركات النمو في منهجية Lean Startup

- محرك النمو اللزج .(Sticky Growth Engine)

- محرك النمو الفيروسي .(Viral Growth Engine)

- محرك النمو المدفوع .(Paid Growth Engine)

- اختيار محرك النمو المناسب للشركة الناشئة .

- مؤشرات قياس فعالة لمحركات النمو .

- القمع التسويقي Funnel Growth
- حلقات النم Growth Loops
- استراتيجيات التوسع الدولي

الأعمال التطبيقية:

- خطة تمويل ونمو : **المشروع التطبيقي(Startup Lab)** يمتد طوال السداسي ويشمل:
- اختيار مشكلة حقيقية
- Customer Discovery
- Business Model Canvas
- MVP
- AI + TRIZ
- القياس والتحليل
- Pivot / Persevere
- التمويل والنمو
- Pitchنهائي

الخاتمة البيداغوجية للمقياس

يُمكّن هذا المقياس الطالب من الانتقال من مجرد صاحب فكرة إلى رائد أعمال قادر على بناء مشروع ناشئ علمي/تكنولوجي باستخدام منهجية علمية قائمة على التجريب، القياس، والقرار المبني على البيانات داخل نظام بيئي حقيقي.

طرق التقييم

العنصر	النسبة من 20	المعامل	الرصيد
امتحان نهائي	%20	2	4
أعمال تطبيقية (ورشات)	%20		
مشروع جماعي (Startup)	%60		

الأدوات البيداغوجية

- التعلم القائم على المشروع (Project-Based Learning)
- التعلم بالتجربة (Experiential Learning)
- العمل الجماعي متعدد التخصصات
- محاكاة بيئة الشركات الناشئة

الحجم الساعي:

48 ساعة في 14 أسبوع

محاضرة 1.5 ساعة

اعمال تطبيقية وورشات 15.ساعة

المراجع الأساسية المصححة لمقياسLean Startup

كتب Lean Startup والمنهجية الريادية

- The Lean Startup, 2011, Eric Ries
- The Startup Owner’s Manual, 2012, Steve Blank, Bob Dorf
- Running Lean, 2012, Ash Maurya

نموذج الأعمال وتصميم القيمة

- Business Model Generation, 2010, Alexander Osterwalder, Yves Pigneur
- Value Proposition Design, 2014, Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Gregory Bernarda, Alan Smith

النمو واستراتيجيات الشركات الناشئة

- Traction: How Any Startup Can Achieve Explosive Customer Growth, 2015, Gabriel Weinberg, Justin Mares
- Hooked: How to Build Habit-Forming Products, 2014, Nir Eyal

القياس والتحليل وإدارة الأداء

- Lean Analytics, 2013, Alistair Croll, Benjamin Yoskovitz
- Measure What Matters, 2017, John Doerr

الإدارة والقيادة في الشركات الناشئة

- High Output Management, 1983, Andrew S. Grove
- The Hard Thing About Hard Things, 2014, Ben Horowitz

الذكاء الاصطناعي وريادة الأعمال

- Prediction Machines: The Simple Economics of Artificial Intelligence, 2018, Ajay Agrawal, Joshua Gans, Avi Goldfarb
- Competing in the Age of AI, 2020, Marco Iansiti, Karim R. Lakhani

الابتكار ومنهجيةTRIZ

- The Innovation Algorithm: TRIZ, Systematic Innovation and Technical Creativity, 1999, Genrich Altshuller
- TRIZ: The Theory of Inventive Problem Solving, 2003, Sergei Ikovenko

مقالات علمية أساسية

- Why the Lean Start-Up Changes Everything, 2013, Steve Blank
- Do Things That Don’t Scale, 2013, Paul Graham

التقارير والكتب البيضاء(White Papers)

- Startup Playbook, 2018, Y Combinator
- The State of AI in Business, 2023, McKinsey Global Institute
- Artificial Intelligence Index Report, 2024, Stanford University
- OECD Entrepreneurship and Innovation Policy Frameworks, 2022, OECD

مفاهيم جديدة:

A

Acquisition: مرحلة جذب المستخدمين إلى المنتج أو الخدمة.
Activation: لحظة تحقيق المستخدم لأول قيمة حقيقية من المنتج.
AARRR Metrics: نموذج قياس النمو: اكتساب، تفعيل، احتفاظ، إيراد، إحالة.
Actionable Metrics: مؤشرات قابلة لاتخاذ قرارات تحسين مباشرة.
AI for Startups: استخدام الذكاء الاصطناعي لتسريع الابتكار واتخاذ القرار.
Agile Experimentation: تجارب سريعة مرنة لاختبار الفرضيات.

B

Batch Size: كمية العمل المنفذة في دورة تطوير واحدة.
Build-Measure-Learn: دورة Lean Startup الأساسية للتعلم المستمر.
Business Model Canvas: نموذج بصري لتصميم نموذج الأعمال.
Burn Rate: معدل استهلاك رأس المال الشهري.
Break-even Point: نقطة تعادل الإيرادات مع التكاليف.
Backlog (Product Backlog): قائمة ميزات المنتج ذات الأولوية.

C

Cohort Analysis: تحليل سلوك مجموعات المستخدمين عبر الزمن.
Continuous Deployment: نشر التحديثات بشكل فوري ومستمر.
Continuous Innovation: الابتكار المستمر داخل الشركة الناشئة.
Customer Discovery: فهم عميق لمشاكل العملاء الحقيقية.
Customer Validation: اختبار جدوى الحل في السوق الحقيقي.

Customer Development: منهجية ستيف بلانك لبناء العملاء.
Churn Rate: نسبة فقدان المستخدمين.
Customer Journey: رحلة المستخدم مع المنتج من البداية للنهاية.
Cost of Acquisition (CAC): تكلفة الحصول على عميل جديد.

D

Deep Tech Startup: شركة تعتمد على علوم وتقنيات متقدمة.
Deploy: إطلاق المنتج للمستخدمين الفعليين.
Disruptive Innovation: ابتكار يغير قواعد السوق بالكامل.
Data-Driven Decision: قرار مبني على البيانات وليس الحدس.
Design Thinking: منهجية حل مشكلات تتمحور حول المستخدم.

E

Engines of Growth: محركات النمو (الفيروسي، المدفوع، العضوي).
Experimentation: اختبار الفرضيات بسرعة وتقليل المخاطر.
Early Adopters: المستخدمون الأوائل للمنتج.
Evidence-Based Learning: التعلم بناء على بيانات حقيقية.
Entrepreneurial Hypothesis: فرضية ريادية قابلة للاختبار.

F

Five Whys: تحليل جذور المشكلة عبر تكرار السؤال.
Funnel Growth: مسار تحويل المستخدم داخل النظام التسويقي.
Feedback Loop: حلقة التغذية الراجعة للتحسين المستمر.
Fake Door Test: اختبار فكرة بدون بناء المنتج فعلياً.
Feature Validation: اختبار جدوى ميزة قبل تطويرها.

G

Growth Hacking: استراتيجيات نمو سريعة منخفضة التكلفة.
Growth Loops: نمو ذاتي يولد مستخدمين جدد بشكل مستمر.
Go-to-Market Strategy: خطة دخول المنتج إلى السوق.
Gross Margin: هامش الربح الإجمالي.
Global Scaling: التوسع الدولي للشركة الناشئة.

H

Hypothesis Testing: اختبار الفرضيات بشكل علمي.
Hook Model: نموذج بناء عادة الاستخدام (Nir Eyal).

I

Innovation Accounting: قياس التعلم بدل الربح التقليدي.
Innovation Sandbox: بيئة آمنة لتجريب الابتكارات.
Incremental Innovation: تحسينات تدريجية للمنتج.
Iteration: تحسين متكرر بناءً على البيانات.
Investment Readiness: جاهزية المشروع لجذب الاستثمار.
Idea Validation: التحقق من صلاحية الفكرة.

K

Kill Criteria: معايير إيقاف المشروع غير المجدي.
KPIs: مؤشرات الأداء الرئيسية.
Knowledge Loop: دورة تحويل البيانات إلى معرفة.

L

Lean Startup: منهجية بناء شركات عبر التعلم السريع.
Lean Thinking: تقليل الهدر وتعظيم القيمة.
Learning Metrics: مقاييس تركز على التعلم.
Leap of Faith Assumption: فرضية أساسية عالية المخاطر.
LTV (Lifetime Value): القيمة الكلية للعميل.
Landing Page Test: اختبار فكرة عبر صفحة بسيطة.
Lean Canvas: نموذج مبسط لبناء نموذج العمل.

M

Minimum Viable Product (MVP): أبسط منتج لاختبار الفرضيات.
Minimum Marketable Feature: أصغر ميزة قابلة للبيع.
Market Fit: توافق المنتج مع السوق.
Monetization Strategy: طريقة تحقيق الإيرادات.
Monthly Active Users (MAU): المستخدمون النشطون شهرياً.
Metrics Dashboard: لوحة قيادة البيانات.
Micro Pivot: تغيير جزئي في استراتيجية المنتج.

N

Network Effects: زيادة قيمة المنتج مع زيادة المستخدمين.
North Star Metric: المؤشر الأساسي لنجاح المنتج.

O

Onboarding: تجربة المستخدم الأولى داخل المنتج.
Optimization: تحسين الأداء بناءً على البيانات.

Opportunity Cost: تكلفة الفرصة البديلة.
Operational Model: نموذج تشغيل الشركة الناشئة.

P

Pivot: تغيير جذري أو جزئي في استراتيجية المشروع.
Persevere: الاستمرار في نفس الاتجاه.
Product Development: تطوير المنتج.
Product-Market Fit: توافق قوي بين المنتج والسوق.
Pipeline: مسار العملاء داخل النظام.
Payback Period: مدة استرجاع الاستثمار.
Problem-Solution Fit: توافق المشكلة مع الحل.
Platform Strategy: بناء منصة بدلاً من منتج فقط.

R

Rapid Experimentation: تجارب سريعة لاختبار الفرضيات.
Retention Rate: نسبة الاحتفاظ بالمستخدمين.
Revenue Model: نموذج تحقيق الإيرادات.
Release Early: إطلاق مبكر للحصول على بيانات.
Risk Reduction: تقليل المخاطر عبر التجريب.
Runway: مدة بقاء الشركة قبل نفاد المال.

S

Split Testing (A/B Testing): مقارنة نسختين من المنتج.
Sustainable Growth: نمو مستدام طويل الأمد.
Startup: شركة تعمل في حالة عدم يقين.
Stealth Mode: تطوير سري قبل الإطلاق.
Scalability: قابلية التوسع.
Stickiness: مدى تعلق المستخدم بالمنتج.
System Thinking: التفكير في النظام ككل مترابط.

T

TRIZ: منهجية حل مشكلات ابتكارية علمية منظمة.
Technological Contradiction: تحسين خاصية يضعف أخرى.
Technical Debt: ديون تقنية تؤثر على التطوير المستقبلي.
Time-to-Market: سرعة الوصول إلى السوق.
Traction: دليل نمو حقيقي في السوق.
Testing Hypothesis: اختبار الفرضيات علمياً.
Team Dynamics: تفاعل أعضاء فريق الابتكار.

U

University 4.0: جامعة ذكية تربط التعليم بالابتكار الرقمي.
User Experience (UX): تجربة المستخدم مع المنتج.
User Interface (UI): واجهة التفاعل مع النظام.
Unit Economics: اقتصاديات الوحدة (ربح/تكلفة لكل مستخدم).
Uncertainty: حالة عدم اليقين في الأسواق الناشئة.

V

Validated Learning: تعلم مبني على تجارب حقيقية.
Validated Hypothesis: فرضية تم إثباتها تجريبياً.
Value Proposition: القيمة المقدمة للعميل.
Viral Coefficient: معدل انتشار المستخدمين.

W

Waste: أي نشاط لا يضيف قيمة.
Workflow: تسلسل العمليات داخل النظام.
Weak Signal: إشارة مبكرة على فرصة سوقية.