A.rashed

6/2/1433هـ



خطة إدارة تطوير الأعمال

**المحتــــويات**

|  |  |
| --- | --- |
|  | رقم الصفحة |
| المقدمة | 2 |
| الوضع السابق للخطة | 3 |
| إعادة صياغة مهام الإدارة | 4 |
| **الجهات المرتبطة والمستفيدة من المركز ذات العلاقة بعمل الإدارة** | **5** |
| إعادة صياغة الهدف الإستراتيجي للإدارة | 6 |
| بناء الأهداف العامة للإدارة | 6 |
| **الأهداف التنفيذية المرحلية للإدارة لعام 1433هـ / 2012م** | **7** |

**المقدمــــة**

تعتبر إدارة "تطوير الأعمال" من الإدارات حديثة النشأة في المركز، ومنذ انطلاق العمل في الإدارة تم التركيز على مراجعة "هدف الإدارة ومهامها" المُعدة سابقا قبل انطلاق العمل، ثم تطويرها بغية الوصول إلى صياغة تعبر بدقة عن أعمال الإدارة وأداء مهامها وتساهم في تحقيق أهدافها على الوجه المأمول منها؛ بما يتوافق مع تطلعات الإدارة العليا للمركز.

وبناءً على ذلك، فقد تم تنقيح وتطوير مهام الإدارة، وإعداد هدفها الإستراتيجي، ومن ثم كتابة الأهداف العامة، ووضع الخطة التنفيذية لعام 1433هـ/2012م.

وكما هو معلوم، فإنه يفترض أن تنطلق أهداف القطاعات والإدارات من خطة المركز الإستراتيجية وأهدافه العامة المبنية على رؤيته ورسالته، وحيث أن الخطة الإستراتيجية للمركز في طور الإعداد، فقد تم إعداد خطة الإدارة؛ مع إمكانية تعديلها أو تغييرها إذا لزم الأمر للتتوافق مع الخطة الإستراتيجية المعتمدة.

وبعد مراجعتها مع مستشار رئيس المركز وعرضها على رئيس المركز وأخذ مرئياته وملاحظاته، تم تنقيحها وتعديلها بشكلها الحالي، وهي الآن في طور تحكيمها من قبل الأشخاص المعنيين بها في المركز، ثم اعتمادها من رئيس المركز للبدء في تنفيذها، مع الأخذ بعين الاعتبار تحديد الأولويات في هذه الخطة، والوقت المتاح للتنفيذ.

وفي مرحلة لاحقة، سيتم إعداد الهيكل الإداري للإدارة ومهام ومسئوليات كل وظيفة، بما يحقق أهداف ومهام الإدارة، إضافة إلى إعداد الميزانية التقديرية.

وفي أثناء إعداد هذه الخطة تبين أنه من الضرورة بمكان تغيير مسمى الإدارة من "إدارة الاستشارات والتدريب" إلى إدارة "تطوير الأعمال"؛ وذلك لأن مهام الإدارة وأهدافها تُعبر بشكل واضح عن نشاطات مرتبطة بتطوير الأعمال؛ لا بالاستشارات والتدريب فقط، كما أن "تطوير الأعمال" أعم وأشمل من "الاستشارات والتدريب"، إضافة إلى أن فيه إزالة للبس بين مسمى الإدارة ومهامها وأهدافها لمنسوبي المركز وكذلك العملاء. وقد تم أخذ موافقة رئيس المركز على هذا التغيير.

(قبل بدء عمل الإدارة)

**أولاً: الوضع السابق لهذه الخطة**

1. **هدف الإدارة:**

كما تقدم، فإن هدف الإدارة ومهامها التي أعدت سابقا هي

تهدف الإدارة إلى تقديم الاستشارات والحلول المتعلقة ببناء المقاييس والتقويم والاختبارات للجهات الراغبة في ذلك، وخدمة المستفيدين من اختبارات المراكز (المركز) من خلال طرح البرامج التدريبية للاختبارات من أجل إعدادهم وتهيئتهم لها.

1. **مهام الإدارة:**

1- إعداد المعايير والمواصفات للبرامج التدريبية المراد تنفيذها.

2- تحديد الاحتياجات من البرامج التدريبية ذات العلاقة بنطاق عمل المركز.

3- إعداد الخطة التدريبية للبرامج المقترح تنفيذها في المركز.

4- تقديم البرامج التدريبية الإلكترونية للتهيئة لاختبار القدرات العامة واختبار التحصيل الدراسي.

5- تقويم البرامج التدريبية في مجال القياس والتقويم وتطويرها بما يعزِّز الاستفادة منها لدى الجهات والفئات المستهدفة.

6- بناء منهجية للاستشارات بالتنسيق مع الإدارات ذات العلاقة بالمركز.

7- حصر المجالات التي يمكن تقديم الدراسات فيها وتسويقها لدى الجهات ذات العلاقة بأنشطة المركز وعمله.

8- متابعة تنفيذ الاستشارات وتذليل جميع الصعوبات التي تواجه تنفيذ الاستشارات التي يعدها المركز.

9- التطوير والتحسين المستمر للعمل الاستشاري الذي يقدمه المركز.

10- تقديم الاستشارات المتعلقة بالقياس والتقويم والاختبارات للجهات الراغبة.

|  |
| --- |
| 1. إعداد معايير ومواصفات البرامج التدريبية المراد تنفيذها للعملاء من الجهات والفئات المستفيدة. 2. تحديد احتياجات السوق من منتجات المركز وخدماته من المقاييس والاستشارات والبرامج التدريبية ذات العلاقة بنطاق عمل المركز، والتي يمكن تقديمها للعملاء. 3. **إعداد خطة** للتعريف والتسويق لمنتجات المركز وخدماته **للعملاء.** 4. **تقديم برامج تدريبية إلكترونية للتهيئة للاختبارات التي يقدمها المركز كاختبار القدرات العامة واختبار التحصيل الدراسي وغيرها.** 5. **تبني البرامج والخدمات التي تساهم في جوانب المسئولية الاجتماعية للمركز .** 6. **تقويم موقع المركز ومكانته محليا وعالميا، من خلال ما يقدمه من منتجات وخدمات في مجال القياس والتقويم وتطويرها بما يعزِّز الاستفادة منها لدى عملاء المركز، ويزيد من قدرته التنافسية.** 7. **توثيق علاقات المركز مع العملاء.** 8. **تقديم العروض الفنية والمالية لمنتجات وخدمات المركز للعملاء بالتنسيق مع الإدارات المعنية بالمركز .** 9. التنسيق مع الإدارات المعنية بالمركز للمساعدة في تذليل الصعوبات والعقبات التي قد تحدث أثناء تنفيذ المشاريع التي تعاقدعليها المركز مع عملائه. 10. **الإشراف على المؤتمرات والندوات وورش العمل العامة التي ينظمها المركز.** 11. **المشاركة في المعارض والندوات والمؤتمرات الداخلية والخارجية للتعريف والتسويق لمنتجات وخدمات المركز.** |

**ثانياً: إعادة صياغة مهام الإدارة**

* **ملاحظة: المقاييس والاستشارات والبرامج التدريبية تصممها وتعدها الإدارت المعنية بالمركز، ودور إدارة تطوير الأعمال هو التعريف بها وتسويقها ومتابعة تنفيذها ومن ثم تقويمها وتطويرها بالتنسيق مع الإدارات ذات العلاقة داخل المركز.**

**ثالثاً: الجهات المرتبطة والمستفيدة من المركز ذات العلاقة بعمل الإدارة**

**قبل البدء بإعداد الخطة المتضمنة للهدف الإستراتيجي والأهداف العامة والمرحلية للإدارة، كان لزاما تحديد الدوائر التي تتقاطع مع عمل المركز، وذلك للمساعدة في التعرف على الدور المطلوب من المركز القيام به على أكمل وجه، وهذه الدوائر والجهات ذات العلاقة بعمل الإدارة هي:**

1. **العملاء الذين يمكن تسويق منتجات وخدمات المركز لهم والتعاقد معهم على تنفيذ مشاريع، وهم على سبيل المثال:**
   * 1. **الطلاب والطالبات المستهدفون من قبل التعليم العالي وأولياء أمورهم والجامعات الحكومية والأهلية ووزارة التربية والتعليم ونحوها من القطاعات التعليمية.**
2. **قطاعات ووزارات وهيئات حكومية، كهيئة السياحة، والمجلس الأعلى للقضاء، وهيئات الأمر بالمعروف، وهيئة التخصصات الطبية، الخ.**
3. **القطاع الخاص، كشركة أرامكو السعودية، وشركة سابك، والشركة السعودية للكهرباء، الخ.**
4. **جهات عالمية خارج السعودية، كتقديم اختبارات اللغة العربية لغير الناطقين بها في الجامعات العالمية.**

1. **الاعلام بكافة أشكاله من مقروء ومرئي ومسموع وإعلام جديد.**
2. **بيوت الخبرة والهيئات والمنظمات الدولية ذات العلاقة بعمل المركز، والتي تسهم في اثراء عمله والرقي النوعي بمنتجاته وخدماته.**
3. **المنافسون، سواء محليا أو اقليميا أو عالميا.**

**رابعاً: إعادة صياغة الهدف الاستراتيجي للإدارة**

الهدف الإستراتيجي (الغاية):

**الوصول بمنتجات المركز وخدماته إلى الريادة في الأسواق المحلية والعالمية، وتحقيق نمو مطرد فيها، بكفاءة وفاعلية واحترافية.**

**خامساً: الأهداف العامة للإدارة**

1. **نشر ثقافة القياس والتقويم لدى عملاء المركز من الجهات والفئات المستفيدة من منتجات وخدمات المركز.**
2. **تعزيز المسئولية الاجتماعية للمركز تجاه المجتمع.**
3. **توثيق العلاقات مع العملاء، واستطلاع آراءهم عن منتجات وخدمات المركز .**
4. **تسويق منتجات وخدمات المركز من مقاييس واستشارات وبرامج تدريبية على العملاء بشكل احترافي.**
5. **التعاقد على تنفيذ مشاريع لمنتجات وخدمات المركز مع العملاء بالتنسيق مع الإدارات المعنية.**
6. **مساعدة الإدارات المعنية في المركز لتذليل الصعوبات التي قد تطرأ أثناء تنفيذ المشاريع المتعاقد عليها مع العملاء .**
7. **فتح مجالات وأسواق جديدة؛ محليا وعالميا، لمنتجات وخدمات المركز.**
8. **توثيق علاقات التعاون العلمي والفني مع بيوت الخبرة العالمية والمنظمات الدولية ذات العلاقة بعمل المركز.**
9. **الإشراف على المؤتمرات والندوات وورش العمل العامة التي ينظمها المركز.**
10. **المشاركة في المؤتمرات والندوات والمعارض المحلية والعالمية للتعريف بالمركز والتسويق لمنتجاته وخدماته.**
11. **دراسة أوضاع المنافسين المحليين والاقليميين (إن وجدوا) وكذلك المنافسين العالميين للإفادة من منتجاتهم وخدماتهم المتميزة ذات العلاقة بنشاطات المركز، والدخول في شراكات معهم لتقديم خدمات على مستوى عالمي.**

**سادساً: الأهداف المرحلية/البرامج للإدارة لعام 1433هـ / 2012م**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| م | الأهداف المرحلية/البرامج | الوسائل والإجراءات | درجة الأهمية \* | الجدولة الزمنية | شواهد الإنجاز | ملاحظات |
|  | عقد 5 لقاءات تعريفية وتثقيفية باختبارات المركز مع طلاب وطالبات المرحلة الثانوية وأولياء أمورهم | * التنسيق مع إدارة الاتصال والإعلام والعلاقات لعقد هذه اللقاءات * إعداد معايير لضمان نجاح تلك اللقاءات * تسويق بعض منتجات المركز وخدماته المناسبة خلال تلك اللقاءات |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 1، 2، 3 |
|  | عقد اجتماعات وتنفيذ عروض تقديمية للتعريف بمنتجات وخدمات المركز لـ 10 جهات مختارة، مرتين على الأقل | * إعداد قائمة بكافة الجهات والفئات المستفيدة سواء القائمة حاليا أو المستهدفة في المستقبل، وتحديثها باستمرار * اختيار 10 جهات وفئات مستفيدة من منتجات وخدمات المركز بالتنسيق مع الإدارات المعنية * عقد لقائين مع كل جهة مستهدفة |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 1، 3، 4 |
|  | تقديم ما لا يقل عن مقياسين مجانيين، تقدم عن طريق موقع المركز على الإنترنت، كمقياس بعض القدرات والمهارات (كالقيادة)، أو السمات الشخصية، أو الموهوبين، أو تحديد مستوى اللغة الإنجليزية، الخ | * إعداد قائمة ببرامج تدريبية الكترونية مجانية لتقديمها عن طريق الإنترنت * التنسيق مع الإدارات المعنية لاختيار برنامج واحد وإعداده وتنفيذه وإدارته |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 1، 2، 3 |
|  | توقيع مذكرات تفاهم وتعاون مشترك مع عدد 2 من الجامعات و/أو الهيئات المحلية ذات العلاقة بنشاط المركز | * ترشيح 5 جامعات وهيئات محلية ذات العلاقة للتعاون المشترك بما يخص نشاطات المركز * تسويق الفكرة لدى تلك الجهات * اختيار 3 من تلك الجهات لعقد اتفاقيات معها * إعداد الاتفاقيات بالتنسيق مع الإدارات المعنية * متابعة تنفيذ تلك الاتفاقيات مع الإدارات المعنية |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 1، 2، 3، 4 |
|  | العمل على التعاون الأكاديمي مع جامعة محلية واحدة لتقديم برنامج ماجستير في القياس والتقويم وبناء المعايير، بالتحالف مع إحدى الجامعات أو الهيئات العالمية المتخصصة وذات الاعتبار في هذا المجال | * إعداد قائمة بالجامعات المحلية؛ سواء حكومية أو أهلية، التي يمكن التعاون معها * اختيار جامعة محلية واحدة للتعاون معها * إعداد قائمة بالجامعات والهيئات والمنظمات العالمية المتخصصة والمعتبرة لتقديم هذا البرنامج * اختيار جامعة أو هيئة عالمية، والتوجيه بها لدى الجامعة المحلية المختارة * متابعة إقامة البرنامج مع الجامعة وبيت الخبرة بالتنسيق مع الإدارات المعنية |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 3، 4، 5، 7، 8 |

\* آمل تحديد درجة أهمية كل هدف مرحلي/برنامج من وجهة نظرك، وذلك بإعطاء درجة (3) لما له الأهمية القصوى، و(2) لمتوسط الأهمية، و(1) لقليل الأهمية

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| م | الأهداف المرحلية/البرامج | الوسائل والإجراءات | درجة الأهمية | الجدولة الزمنية | شواهد الإنجاز | ملاحظات |
|  | عمل دراسة للأسواق المحلية والخارجية لتحديد احتياجاتها من منتجات المركز وخدماته  ستدرج كإحدى متطلبات إدارة تطوير الأعمال في الخطة الإستراتيجية | * التعاقد مع بيت خبرة متخصص للقيام بدراسة الأسواق المستهدفة * إعداد قائمة بكافة العملاء سواء الحاليين أو المستهدفين داخليا و خارجيا، وتحديثها باستمرار * حصر الجهات المنافسة لعمل المركز داخليا وخارجيا * تحديد احتياجات العملاء من منتجات المركز وخدماته * التنسيق مع الإدارات المعنية في المركز لاختيار أنسب العملاء لاستهدافهم |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 4، 7 |
|  | تسويق منتجات المركز من المقاييس والاستشارات والموجودة حاليا على 3 من العملاء المستهدفين | * تحديد احتياجات العملاء المختارين من منتجات المركز الموجودة بناءً على نتائج دراسة الأسواق التي عملت * تنفيذ عروض تسويقية لأفضل وأنسب 3 جهات مستهدفة، بالتنسيق مع الإدارات المعنية |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 3، 4 |
|  | التعاقد مع أحد العملاء على تنفيذ مقياس لمهنة واحدة جديدة لم يسبق للمركز تقديمها | * إعداد قائمة بالمهن المستهدفة بناء على دراسة السوق لتقديم مقاييس قياس لها * اختيار مهنة واحدة لتقديم المقاييس لها بالتنسيق مع الإدارات المعنية * إعداد العروض الفنية والمالية بالتنسيق مع الإدارات المعنية في المركز * التنسيق مع إدارة المشاريع لإدارة المشروع بعد توقيع العقد |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 3، 4، 5، 6، 7 |
|  | التعاقد مع العملاء لتنفيذ مقياسين من المقاييس غير المفعلة والتي سبق وأن أعدها المركز، كمقياس اللغة العربية لغير الناطقين بها، وتحديد مستوى اللغة الانجليزية **STEP** و **EPT** الخ | * تحديد الجهات المستهدفة * تسويق هذه المقاييس لدى تلك الجهات * اختيار الجهة المستهدفة، والتنسيق معها لتقديم المقياس المطلوب * إعداد عرض فني ومالي بالتنسيق مع الإدارات المعنية في المركز * التنسيق مع إدارة المشاريع لإدارة المشروع بعد توقيع العقد |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 3، 4، 5، 6 |
|  | التعاقد على تنفيذ استشارة واحدة متعلقة بالقياس والتقويم وإعداد المعايير لأحد العملاء المستهدفين | * استهداف 3 عملاء للتعرف على حاجاتهم من الاستشارات ذات العلاقة بنشاط المركز * تسويق الاستشارات على أولئك العملاء * إعداد عرض فني ومالي بالتنسيق مع الإدارات المعنية في المركز * التنسيق مع إدارة المشاريع لإدارة المشروع بعد توقيع العقد |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 3، 4، 5، 6 |
|  | عقد 3 برامج تدريبية متخصصة في القياس لمنسوبي بعض الجهات المختارة المستفيدة من منتجات وخدمات المركز | * إعداد قائمة بالبرامج التدريبية المتخصصة * اختيار 3 برامج تدريبية لتقديمها للجهات المستهدفة بالتنسيق مع الإدارات المعنية * تقديم تلك البرامج بالاستعانة بالإدارات المعنية |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 1، 3، 4 |
|  | متابعة عروض المقاييس التي لم يتم التعاقد عليها بعد مع العملاء، وهي مشاريع تطوير القضاء، وهيئات الأمر بالمعروف، (ستذكر كلها لاحقا) | * حصر العروض المقدمة للعملاء والتي ما زالت في طور الإعداد ولم تقدم بعد * التواصل مع العملاء بخصوص هذه العروض * تتولى إدارة تطوير الأعمال تقديم العروض التي لم تقدم بعد * متابعة العروض إلى أن يتم التوقيع عليها مع العملاء * التنسيق مع الإدارات المعنية لتذليل العقبات وتقديم الدعم المناسب |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 3، 4، 5 |
| م | الأهداف المرحلية/البرامج | الوسائل والإجراءات | درجة الأهمية | الجدولة الزمنية | شواهد الإنجاز | ملاحظات |
|  | المساعدة في تذليل الصعوبات التي قد تواجه المشاريع قيد التنفيذ بالتنسيق مع الإدارات المعنية | * حصر المشاريع قيد التنفيذ * التنسيق مع مديري المشاريع للمساهمة في تذليل الصعوبات؛ إن وجدت |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 3، 5، 6 |
|  | استطلاع آراء العملاء عن منتجات وخدمات المركز المقدمة لهم | * زيارات دورية للعملاء والتواصل معهم لمعرفة مدى رضاهم عن أداء المركز * التواصل مع الإدارات المعنية في المركز بهذا الخصوص |  |  |  | يحقق الهدف العام 3 |
|  | توثيق علاقات التعاون العلمي والفني مع عدد (2) من بيوت الخبرة العالمية والمنظمات الدولية ذات العلاقة بعمل المركز | * المشاركة في مؤتمر دولي متخصص واحد على الأقل * حضور معرض دولي واحد على الأقل * مرافقة وفود المركز للزيارات الخارجية؛ إن لزم * الاتصال بالسفارات الأجنبية للتواصل مع المراكز والهيئات والمنظمات ذات العلاقة بالمركز * الاشتراك في عدد من الدوريات والمجلات ومجموعات الأخبار المتخصصة بعمل المركز * التنسيق لزيارات متبادلة مع تلك الجهات * التواصل مع جهتين من تلك الجهات للإفادة منها بالتنسيق مع الإدارات المعنية |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 8، 10 |
|  | توقيع مذكرة تفاهم وتعاون مشترك مع هيئة أو منظمة عالمية واحدة من بيوت الخبرة ذات العلاقة بنشاط المركز | * ترشيح 3 من بيوت الخبرة العالمية المرموقة للتعاون المشترك بما يخص نشاطات المركز * التواصل مع تلك الجهات وتسويق الفكرة لها * اختيار واحدة من تلك الجهات لعقد اتفاقية معها بالتنسيق مع الإدارات المعنية * إعداد الاتفاقية بالتنسيق مع الإدارات المعنية * متابعة تنفيذ تلك الاتفاقية مع الإدارات المعنية |  |  |  | يحقق الهدف العام 8 |
|  | المشاركة فيما لا يقل عن 4 من المؤتمرات والندوات والمعارض المحلية والدولية للتعريف بالمركز والتسويق لمنتجاته وخدماته وتوثيق علاقات التعاون مع الجهات ذات العلاقة | * إعداد قائمة بالمؤتمرات والندوات والمعارض المحلية والدولية * اختيار الأنسب منها بالتنسيق مع الإدارات المعنية * عمل الترتيبات اللازمة للحضور والمشاركة |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 1، 3، 4، 7، 8، 10 |
|  | المشاركة في الإعداد والتحضير للمؤتمر الدولي الأول للقياس المزمع عقده من 18 إلى 20 محرم 1434هـ | * تنفيذ ما يوكل للإدارة من مهام في هذا الخصوص * التنسيق مع الإدارات المعنية والجهات الخارجية فيما يوكل للإدارة من أعمال |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 1، 3، 4، 8، 9 |
|  | إقامة ندوتين وورشتين محلية ومتخصصة وعلى علاقة بنشاط المركز بالتنسيق مع الجامعات | * التنسيق مع الإدارات المعنية في المركز لتحديد الندوات المطلوبة * ترشيح ندوتين ليقوم المركز بتنفيذها * اختيار الجامعات المناسبة والتنسيق معها لعقد تلك الندوات |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 1، 3، 8، 9 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| م | الأهداف المرحلية/البرامج | الوسائل والإجراءات | درجة الأهمية | الجدولة الزمنية | شواهد الإنجاز | ملاحظات |
|  | تسويق منتجات وخدمات المركز للعملاء باحترافية ومهنية | * إعداد عرض تقديمي موحد للتعريف بالمركز لدى العملاء، يشمل معلومات موثقة عن المركز، ومقاطع فلاش وفيديو مناسبة، الخ * إعدادآلية مهنية موحدة لتقديم العروض للعملاء * إعداد معايير محكَّمة لاختيار عملاء وشركاء المركز، والمشاريع، الخ * إعداد معايير للمؤتمرات والندوات التي يقيمها المركز * ترسيم إدارة تطوير الأعمال جهة الإتصال الرسمية للمركز بالجهات الأخرى؛ فيما هو من اختصاصها ومهامها * إنشاء قاعدة بيانات تحتوي على قائمة بالعملاء، والأسواق والمشاريع المستهدفة، والهيئات والمنظمات والشركات والمعارض المحلية والدولية ذات العلاقة، الخ |  |  |  | يحقق الأهداف العامة 3، 4 |
|  | الإفادة من منتجات وخدمات المنافسين من مراكز وهيئات ومنظمات وشركات محلية وإقليمية (إن وجدت) وعالمية | * إعداد قائمة بأبرز الجهات المنافسة لعمل المركز بناءً على نتائج دراسة الأسواق التي عملت * التعرف على نقاط القوة والضعف لديهم * التعاون قدر الإمكان معهم لتعزيز مكانة ودور المركز وتحسين منتجاته وخدماته |  |  |  | يحقق الهدف العام 11 |
|  | بناء الإدارة وهيكلتها وإعداد نظمها، وتغطية حاجتها من الطاقم الإداري المؤهل | * أخذ موافقة رئيس المركز على تغيير مسمى الإدارة إلى "إدارة تطوير الأعمال" * إعداد مهام ونظم وهيكل الإدارة بالتنسيق مع الإدارات المعنية * تعيين منسق تطوير أعمال و علاقات عملاء، ومسئول تسويق، إضافة إلى مساعد إداري |  |  |  |  |