

المقدمة عن المركز الابتكار ونقل التكنولوجيا والاستشارات:

نبذة عن المركز:

يهدف مركز الابتكار ونقل التكنولوجيا والاستشارات إلى تعزيز مكانة الجامعة العربية المفتوحة كجامعة رائدة في مجالات الابتكار وريادة الأعمال من خلال نقل التكنولوجيا وتطوير الأبحاث إلى حلول قابلة للتطبيق. يعتمد المركز على تعزيز القدرات الابتكارية وتنمية المهارات العملية للطلبة وأعضاء هيئة التدريس والباحثين والمجتمع، بالإضافة إلى دعم ريادة الأعمال وتحويل الابتكارات إلى مشاريع ذات جدوى اقتصادية تخدم السوق المحلي والإقليمي. وتوفير منصة لنقل الخبرات الأكاديمية لقطاع الأعمال والمجتمع من خلال تقديم الاستشارات.

الرؤية:

مركز رائد في تفعيل وإدارة الابتكار ونقل التكنولوجيا محلياً وإقليمياً.

الرسالة:

تقديم بيئة ريادة عالية من خلال دعم البحث العلمي وتشجيع الابتكار وإقامة الشراكات الفاعلة مع القطاع الصناعي وتوجيه الجهود نحو تطوير حلول تقنية مبتكرة تلبي احتياجات المجتمع وتساهم في تعزيز التنمية الاقتصادية.

أهداف المركز:

- دعم وتطوير الابتكار وريادة الأعمال بما يساهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.
- تنمية وتطوير مهارات ريادة الأعمال والابتكار لدى الطلبة.
- تعزيز برامج الشراكة والمسؤولية المجتمعية بما يساهم في تنمية المجتمعات المحلية.

الخدمات المقدمة في مركز الابتكار ونقل التكنولوجيا و الإستشارات:



الهيكل الإداري و التنظيمي:

لجنة الابتكار و نقل التكنولوجيا و الاستشارات
الدكتور مفيد أبو موسى الرئيس
الدكتور نبيل أبولغد مسؤول مركز الريادة والابتكار -عضو
الاستاذكتور مؤيد الحميدي -عضو
الدكتور خالد الطاهات -عضو
الدكتور نزار الدويكات -عضو

فريق مركز الابتكار ونقل التكنولوجيا والاستشارات:

الدكتور نبيل أبولغد مسؤول مركز الريادة والابتكار خدمات الاستشارات ومراحلها

نبذة عن خدمة الإستشارات:

تُعد خدمات الاستشارات من الركائز الأساسية التي يقدمها مركز الابتكار لدعم منظومة ريادة الأعمال والتطوير التقني و رباذي. وتهدف هذه الخدمة إلى تمكين الأفراد والشركات الناشئة والمؤسسات من تطوير مشاريعهم الريادية و أفكارهم الإبداعية إلى

حلول عملية ذات قيمة سوقية، من خلال توفير الخبرة والتوجيه المتخصص في مختلف المراحل التي تمر بها الشركات و المؤسسات. حيث أن يقدم مركزنا خدمة الاستشارات في جميع مراحل الشركات الناشئة و المؤسسات الريادية .

شروط التسجيل لتقديم خدمة الاستشارة:

- تقديم طلب الاستشارة في الموقع الإلكتروني للمركز
- تحديد مرحلة المشروع
- الالتزام بموعد تحديد مرحلة المشروع
- تحديد موعد الاستشارة بتنسيق مع المستشار و مقدم الطلب
- الحضور في الموعد و المكان المخصص للاستشارة .

مراحل تعيين المستشارين



المراحل طلب الاستشارات (لرواد الأعمال والشركات الناشئة)



المراحل طلب الاستشارات (قطاع الأعمال والمجتمع)



خدمات الاحتضان

نبذة عن خدمة الإحتضان:

مثل خدمات الاحتضان أحد المحركات الأساسية لتمكين رواد الأعمال والمبتكرين من بناء مشاريع ناجحة ومستدامة. وتُعنى برامج الاحتضان بتوفير بيئة داعمة وشاملة تساعد أصحاب الأفكار الريادية على تطوير مشاريعهم منذ المراحل الأولى وحتى الوصول إلى نموذج عمل جاهز للنمو والتوسع. تسعى برامج الإحتضان إلى تقليل المخاطر و التحديات التي تواجه الشركات الناشئة و تسريع نموها عبر توفير بيئة متكاملة و موارد حيوية .

تشمل خدمات الاحتضان ما يلي:

- توفير مساحة عمل: مكاتب مشتركة أو خاصة مجهزة بالكامل، ضمن بيئة تفاعلية تحفّز على الإبداع والتعاون.
- الدعم الفني والإداري: استشارات في الجوانب التقنية، الإدارية، القانونية، والمالية.
- التدريب والتأهيل: برامج تدريبية مكثفة في ريادة الأعمال، الابتكار، إدارة المشاريع، والتسويق.
- الإرشاد والتوجيه: (Mentorship) ربط الفرق الريادية بخبراء ومستشارين ذوي خبرة في مجالات متنوعة.
- خدمات بناء المنتج ج: دعم تطوير النماذج الأولية (Prototypes) والمنتج الأولي (MVP).
- الربط مع المستثمرين والشركاء: تسهيل الوصول إلى مصادر التمويل، والجهات الداعمة، والسوق المستهدفة.
- المتابعة والتقييم: متابعة تقدم المشروع وتقديم تغذية راجعة مستمرة لتوجيه التحسينات.

مراحل الإحتضان

تقديم الطلب

تعبئة نموذج طلب الاحتضان عبر الموقع الإلكتروني الخاص بالمركز.

التقييم الأولي

مراجعة الطلب من قبل فريق المركز للتحقق من استيفاء المعايير الأساسية.

التقييم من لجنة الابتكار

عرض المشروع على لجنة الابتكار لتقييم الفكرة وجدواها وفرص نجاحها.

الانضمام إلى البرنامج التأسيسي

التحاق المشروع ببرنامج تدريبي تأسيسي لتطوير النموذج الأولي وخطة العمل.

توقيع عقد الاحتضان

توقيع عقد رسمي للاحتضان يوضح الالتزامات المتبادلة بين المشروع والمركز.

خدمات التسجيل في برنامج تدريبي

نبذة عن خدمة التسجيل في برنامج ريادي:

يوفر مركز الابتكار خدمة التسجيل في البرامج التدريبية بهدف تمكين الأفراد من تطوير مهاراتهم وبناء قدراتهم في مجالات الابتكار وريادة الأعمال والتقنية. وتتيح هذه الخدمة للمستفيدين الانضمام إلى برامج تدريبية متخصصة، مصممة لتلبية احتياجاتهم في مختلف المراحل، بدءًا من توليد الأفكار وحتى تنفيذ المشاريع وإدارتها بفعالية. حيث أن تسهم هذه الخدمة تسهيل الوصول للفرص التعليمية المتنوعة و تحقيق أقصى إستفادة من البرامج التدريبية التي يقدمها المركز .

تشمل الخدمة ما يلي:

- عرض تفاصيل البرامج ج: معلومات شاملة عن المحتوى التدريبي، الأهداف، المدة، الفئة المستهدفة، والمتطلبات.
- نموذج تسجيل إلكتروني ي: واجهة سهلة الاستخدام لتقديم طلب الالتحاق بالبرنامج.
- تأكيد واستلام الطلبات: إشعار المستفيد بتأكيد التسجيل ومتابعة حالته.

- الدعم الفني والاستفسارات: توفير قنوات تواصل للرد على استفسارات المشاركين ومساعدتهم خلال عملية التسجيل.
- إشعارات بمواعيد الانطلاق: إرسال تنبيهات عبر البريد الإلكتروني أو الرسائل النصية حول مواعيد بدء البرامج والمتطلبات السابقة للمشاركة.

شروط الإنضمام:

- التسجيل خلال الموقع الإلكتروني التابع لمركز الابتكار بعد أن يتم الإعلان عنه البرنامج .
- الالتزام بالوقت المحدد للبرنامج التدريبي
- من الالتزام بجميع الأنظمة و القوانين التابعة للمركز

المراحل التي تمر بها الشركة الناشئة

المرحلة الأولى: الفكرة و تشكيل الفريق (Ideation and Concepting Stage):
الهدف العام: صياغة فكرة واضحة ومبنية على مشكلة حقيقية، وتشكيل الفريق المؤسس، مع وضع أساسات الرؤية والاستراتيجية المستقبلية.

التصنيف الفرعي الأول: الفكرة (Ideation):

تحديد الفكرة الأولية والمشكلة التي تستهدفه

1. توليد فكرة قائمة على احتياج فعل ي: ما هي المشكلة أو الفرصة؟
2. تحليل أولي للسوق والمنافسي ن: هل توجد حلول مشابهة؟ كيف يتم حل المشكلة حاليًا ؟
3. تحديد العميل المستهدف ف: (Target Customer) من يعاني من المشكلة؟
4. صياغة أولية لمقترح القيمة: (Value Proposition) لماذا هذا الحل مفيد؟
5. تكوين الفريق المؤسس س: (Co-founders) تحديد الأدوار والمهارات الأساسية.
6. تصميم نموذج مبدئي للتدفق أو المفهوم (Sketches / Flow Diagrams).

Diagrams).

التصنيف الفرعي الثاني: المفهوم (Concepting):
تشكيل المفهوم بشكل واضح وربطه بإطار استراتيجي
الأعمال المطلوب إنجازه ا:

1. صياغة الرؤية (Vision): إلى أين يتجه المشروع على المدى الطويل؟
2. صياغة الرسالة (Mission): ما هي القيمة التي نقدمها الآن وللمن؟
3. تحديد الاستراتيجية الأولية (Initial Strategy): كيف سنبدأ؟ ماذا نختبر أولاً؟
○ What: ما هو الحل المقترح بالضبط ؟
○ To whom: من هم المستخدمون أو العملاء ؟
○ Why: لماذا نعتقد أنهم بحاجة إليه ؟
○ How: كيف سننفذ ونتحقق مبدئياً ؟
4. صياغة فرضيات المشروع : مثلاً: "نعتقد أن الطلاب يواجهون صعوبة في تنظيم وقتهم، وسيساعدتهم تطبيقنا على تحسين إنتاجيتهم.
5. قياس مستوى التحقق من الفرضيات (Level of Validation): هل تحدثنا مع عملاء ؟ هل لدينا بيانات مبدئية ؟
6. (Concept Pitch Deck) إعداد عرض تقديمي للفكرة

Tasks done:

- فكرة واضحة ومبنية على مشكلة حقيقيّة
- فريق مؤسس متكامل أو شبه مكتمل
- رؤية ورسالة واستراتيجية مبدئية مكتوبة
- فهم أولي للعملاء والسوق • وثيقة Concept Note + Pitch Deck مبدئي

المرحلة الثانية: التحقق من الفكرة (Validation Stage):
الهدف العام :التحقق من فرضيات المشروع عبر بناء MVP بسيط واختباره مع العملاء الحقيقيين، لتحديد مدى ملائمة المنتج للسوق، واتخاذ قرار بالاستمرار أو التمحور.

1. التصنيف الفرعي الأول: الالتزام (Committing)
تنفيذ الفكرة، وتطوير منتج أولي قابل للاختبار يتماشى مع منهجية Lean Startup , مع التأكد من مواءمة الرؤية مع الواقع.
1. إعادة اختبار الفرضيات الأساسية:
التأكد من أن المشكلة حقيقية، والعملاء بحاجة للحل.
2. (Refined Vision) تطوير رؤية مصقولة

- تحديث الرؤية لتناسب الواقع السوقي واحتياجات المستخدمين.
3. بناء MVP (Minimum Viable Product) منتج بسيط قابل للتجربة، يحتوي فقط على الوظائف الأساسية للتحقق من القيمة.
 4. تطبيق دورة: (Lean Startup (Build - Measure - Learn بناء منتج - قياس النتائج - التعلم والتعديل.
 5. جمع ملاحظات العملاء الأوائل: (Early Adopters) لقاءات - استبيانات - تحليل سلوك الاستخدام.
 6. قياس مؤشرات التحقق: (Validation Metrics) معدل الاستخدام، التفاعل، الاهتمام، أو الدفع.
 7. التحقق من ملائمة المشكلة والحل: (Problem-Solution Fit) التأكد من أن الحل يلبي احتياجًا حقيقيًا بطريقة مقبولة.

2 التصنيف الفرعي الثاني: التحقق العمي (Validation)

وجود ملائمة حقيقية بين المنتج والسوق (Product-Market Fit) ، والاستعداد للقرار الحاسم: التحسين أو التمحور.

1. قياس ملائمة المنتج للسوق: (Product-Market Fit)

- دراسة استخدام المنتج فعليًا.
- تحليل معدلات الرجوع واستخدام المزايا.
- استخدام مؤشرات مثل NPS لمعرفة رضا العملاء.
- تقييم مدى استعداد العملاء للدفع.

2. تحليل نتائج التفاعل مع الـ MVP

- هل يستخدم العملاء المنتج بشكل متكرر ؟
- هل توجد ميزة رئيسية تمثل القيمة الحقيقية ؟
- 3. التحسين: (Iteration)

- تعديل الـ MVP أو الرسائل التسويقية بناء على ملاحظات المستخدمين.

4. التمحور (Pivot) في حال ضعف النتائج ج:

- تغيير في الفئة المستهدفة أو النموذج أو حتى المشكلة.

◦ التمحور الاستراتيجي لتغيير مسار المشروع دون التخلي عن الفكرة الأساسية.

5. اختبار القيمة الاقتصادية (Monetization):

◦ Validation: ما النموذج التسعيري الأنسب؟

Tasks Done:

- وجود MVP مجرّب مع بيانات حقيقية من السوق.
- رؤية مصقولة تستند إلى التجربة الواقعية.
- إثبات أو تعديل الفرضيات المتعلقة بالمشكلة والحل.
- قرار واضح: تحسين - توسّع - تمحور.
- أساس قوي للانتقال إلى مرحلة بناء منتج أكثر تطورًا (Product Development & Early Growth)

المرحلة الثالثة: التوسع والنمو (Scaling Stage)

الهدف العام: الانتقال من إثبات الفكرة إلى بناء منتج قوي قابل للنمو السريع، وتوسيع قاعدة العملاء، وتحقيق مؤشرات أداء واضحة ومستقرة.

التصنيف الفرعي الأول: النم و (Growth)

تحسين المنتج وتوسيع قاعدة العملاء بوتيرة ثابتة، ورفع مؤشرات التفاعل والإيرادات.

1. تحسين المنتج بناءً على ملاحظات المستخدمين:

◦ إطلاق النسخة الكاملة (Full Product Version)

أو إصدار أكثر نضجًا من

MVP.

◦ تحسين تجربة المستخدم (UX/UI) ووظائف المنتج.

2. إطلاق حملات تسويق موجهة: (Targeted Marketing Campaigns)

◦ استخدام نتائج اختبار السوق لصياغة رسائل تسويقية أكثر تأثيرًا.

◦ اعتماد قنوات التسويق الرقمية والعضوية -

(Social Media - SEO

Email Marketing).

3. بناء القنوات البيعية: (Sales Channels)

- إنشاء قنوات بيع مباشرة وغير مباشرة.
- وضع سياسات تسعير واضحة وتجريب نماذج الإيرادات.

4. قياس النمو باستخدام مؤشرات: KPIs

- تكلفة اكتساب العميل (CAC) ○ قيمة العميل مدى الحياة (LTV)
- معدل التحول - معدل الاستبقاء - نمو الإيرادات

5. تكوين شراكات استراتيجية:

- توسيع الوصول من خلال شراكات مع جهات أو مؤسسات داعمة.

التصنيف الفرعي الثاني: التوسع (Scale-up)

تحقيق نمو سريع ومستدام وتكرار نموذج العمل بنجاح في أسواق متعددة أو قطاعات مختلفة.

1. بناء فريق موسع واحتراف ي:

- توظيف الكفاءات في مجالات التسويق، المبيعات، خدمة العملاء، التقنية.
- وضع هيكل تنظيمي وإداري واضح.

2. تحسين الأنظمة والعمليات الداخلية (Operations & Systems):

- توثيق العمليات.
- استخدام أدوات الأتمتة والتحليلات لمتابعة الأداء.
- تحسين الدعم الفني والتفاعل مع العملاء.

3. جذب استثمار (في حال الحاجة):

- Data Room إعداد
- (Seed / Pre-Series A) التفاوض مع مستثمرين

4. تكرار نموذج العمل في أسواق جديدة:

- دخول مدن أو دول أخرى

- تخصيص بعض الوظائف أو الرسائل بحسب الفئات المستهدفة
- 5. تحقيق مؤشرات الاستدامة:
 - تحقيق ربحية أو التوجه نحو نقطة التعادل (Break-even Point) ○ ضمان استمرارية التدفق النقدي

لمرحلة الرابعة: التمكين المؤسسي وثبات المنتج في السوق (Establishing and Market fit) الهدف العام: ترسيخ مكانة الشركة في السوق من خلال تنظيم داخلي متين، وتعزيز الحصة السوقية، وتحقيق مؤشرات أداء مستقرة وقابلة للتوسع المستدام.

الأعمال المطلوب:

1. التحول إلى منظمة مؤسسية كاملة: (Institutionalization)
 - بناء هيكل تنظيمي رسمي وواضح (HR - Finance - Legal - Ops) ○ وضع السياسات والإجراءات (SOPs) لجميع الأقسام.
2. (Business Model Stabilization) تثبيت نموذج العمل ل
 - (Recurring Revenues) التأكيد من ثبات الإيرادات وتكرارها.
 - توسيع مصادر الدخل وتنويعها.
3. تحقيق حصة سوقية ملموسة: (Market Penetration)
 - تعزيز موقع الشركة كأحد اللاعبين الرئيسيين في السوق.
 - زيادة قاعدة العملاء المؤسسيين أو الاستراتيجيين.
4. توسيع الفريق التنفيذي وتفعيل الحوكمة:
 - استقطاب خبرات إدارية متقدمة (CMO - CFO - COO).
 - تشكيل مجلس إدارة أو مجلس استشاري.
5. مؤشرات نضج واضح:
 - EBITDA إيجابي أو قرب نقطة التعادل المال ي.
 - نمو ثابت ومستدام في الإيرادات والأرباح.
 - انخفاض نسبي في تكلفة اكتساب العميل (CAC).

○ ارتفاع في قيمة العميل مدى الحياة.(LTV)

المرحلة الخامسة: التوسع الاستراتيجي أو الخروج (Strategic Expansion / Exit)
الهدف العام : إما التوسع المدروس نحو أسواق وفرص جديدة على مستوى إقليمي أو دولي، أو التحضير لسيناريوهات الخروج (بيع، اندماج، إدراج).
أولاً: في حال التوسع الاستراتيجي ي:

1. دخول أسواق جديدة:

- عبر التوسع الجغرافي أو القطاعي
- (Go-to-Market Plans) إعداد دراسات دخول سوق

2. إطلاق منتجات أو خدمات جديدة:

- تعزيز التكامل الرأسي أو الأفقي
- توسيع العرض القيمي بناءً على احتياجات العملاء
- 3. عقد تحالفات استراتيجي
ة: (Strategic Partnerships) ○ مع شركات تقنية - موزعين - مؤسسات حكومية أو دولية 4.
استقطاب استثمار أكبر (Series A / B / ر Growth Funding) ○ لتحسين البنية التحتية التقنية والتوسع السري ع

3 ثانياً: في حال التحضير للخروج:

1. التحضير القانوني والمالي ي:
 - تنظيم الوثائق، العقود، البيانات المالية، سجلات الحوكمة ○ إعداد Due Diligence كاملة 2.
 - تقييم الشركة: (Valuation)
 - تقييم من جهة مستقلة لعرض القيمة للمستثمرين أو المشترين
3. تحديد نوع الخروج:
 - استحواذ (Acquisition) ○ إدراج في البورصة (IPO) ○ اندماج استراتيجي (Merger)

Startup Lifecycle Stages

Ideation and
Concepting
stage

Validation and
Committing
stage

Scaling stage

Establising and
Market fit

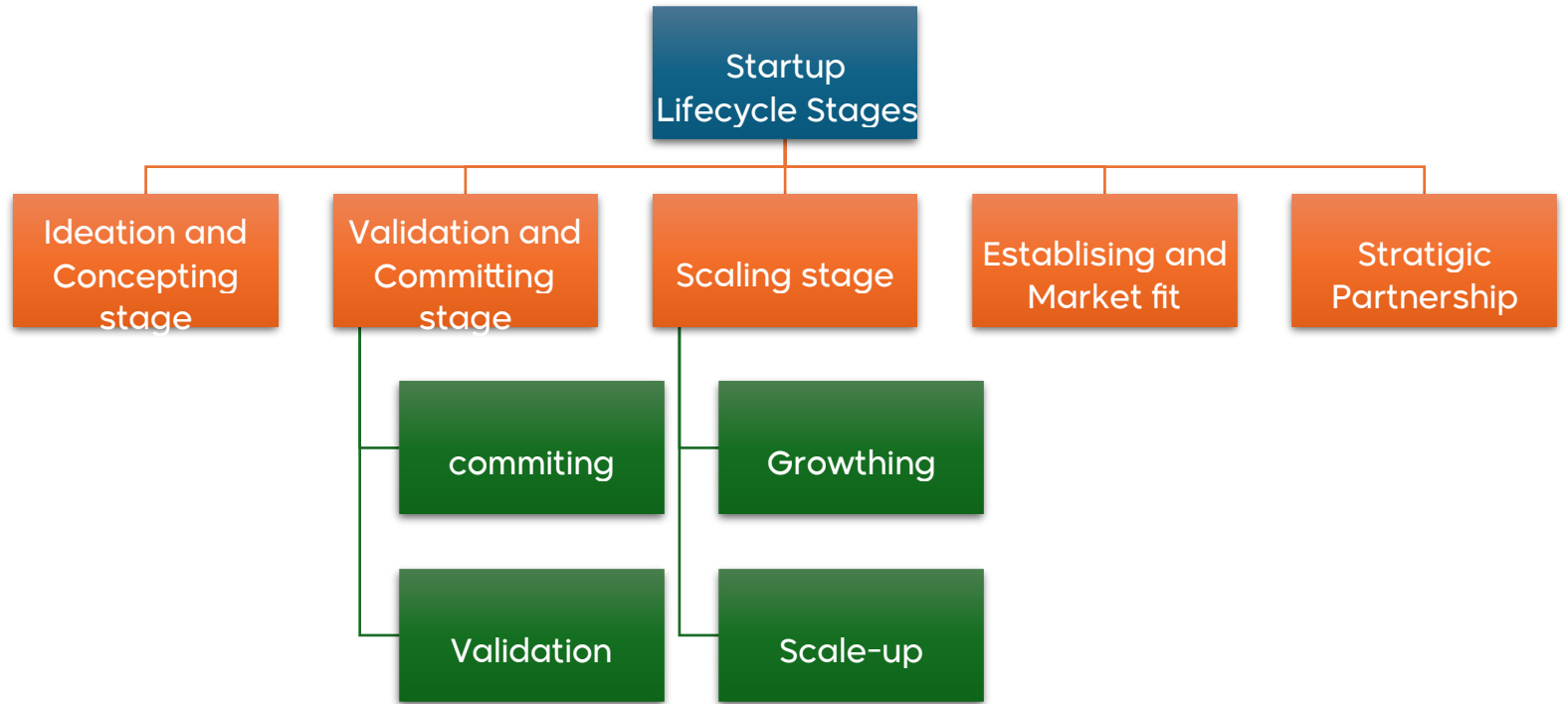
Stratigic
Partnership

commiting

Growthing

Validation

Scale-up



الجامعة العربية المفتوحة مركز الابتكار ونقل التكنولوجيا
والاستشارات خدمات المركز (المقترحة)

البرنامج التأسيسي (قبل الاحتضان)

الأسابيع	البرنامج التأسيسي	الأنشطة	المخرجات
	اختيار الفكرة الصحيحة	-ورشة: التفكير التصميمي -تمرين: تحليل المشكلات الحقيقية جلسة تشاركية: تقييم أفكار المشاركين	فكرة واحدة واضحة ومبنية على احتياج حقيقي. وثيقة وصف مبدئي.
	تحليل السوق والمستخدمين	ورشة: تحديد الفئة المستهدفة + Empathy Map: أدوا - Personas -مقابلات مع عملاء محتملين	خريطة سوقية وصف دقيق للعميل تحليل أولي للمنافسين.
	نموذج العمل التجاري	-ورشة نموذج العمل التجاري -تمرين: تحديد القيمة المقترحة (Value Proposition) -مراجعة وتغذية راجعة جماعية	تصور بصري للفكرة ملخص مقترح القيمة.
	اختبار الفكرة وبناء MVP مبدئي	-ورشة: تطوير نموذج أولي باستخدام أدوات بسيطة (Figma, Canva) -اختبار مبدئي للفكرة مع مستخدمين -تحسين النموذج بناءً على التغذية الراجعة	MVP (أولي) قابل للتجربة). قائمة ملاحظات المستخدمين. خطة تحسين للنموذج أو الرسالة التسويقية.

رؤية رسالة خطة اختبار مبدئية.	- ورشة Vision to Action - صياغة رؤية طويلة الأمد ورسالة حالية واضحة. - تحديد الاستراتيجية الأولية وخطوات التنفيذ لمبكرة. - بناء فرضيات المشروع وتقييم قابليتها للتحقق	برنامج صياغة الرؤية، الرسالة، والاستراتيجية الأولية	
فريق مؤسس مبدئي وثيقة اتفاق داخلي للأدوار. - مسودة اتفاقية مؤسسين - قائمة بالمتطلبات القانونية الأساسية حسب نوع النشاط	جلسة: بناء الفريق وتحديد المهارات المطلوبة - تمرين: تحليل SWOT للفريق ورشة: الاحتياجات القانونية للشركات الناشئة	تخطيط الفريق والجوانب القانونية	
أدوات شخصية لكل مشارك تساعده في بناء فكر ريادي. مسودة ميزانية مبدئية للمشروع. خطة عمل شخصية لتطوير المهارات القيادية.	- ورشة التفكير الريادي و الإبداع - ورشة المهارات القيادية - المهارات المالية - مهارات التواصل و العرض	المهارات الأساسية	
عرض تقديمي جاهز ملاحظات تحسين فردية.	- ورشة: إعداد عرض تقديمي فعال ورشة: كيفية إعداد خطة عمل - جلسات مراجعة فردية للمشاريع - عرض أمام لجنة تقييم	التحضير للعرض وخطة العمل	

خدمات المركز أثناء الإحتضان

1. خدمات ريادة الأعمال
2. خدمات النامذج الأولية
1. الخدمات الإستشارية و الإرشادية و التوجيهية
 - الجلسات الإستشارية مع خبراء القانون و ريادة الأعمالو المالية و التكنولوجيا و المختصين في البحث العلمي و الابتكار ○ لقاءات مع خبراء في ريادة الأعمال و مختلف التخصصات ○ التقييم الشهري المستمر
3. الخدمات في إدارة الملكية الفكرية

4. الخدمات الإدارية و اللوجستية

الوصف	الخدمة
مكاتب، الإنترنت، قاعات الاجتماعات	مساحات العمل المشتركة
عنوان قانوني لتسجيل شركة ناشئة	عنوان رسمي للشركة
الأجهزة، الدعم التكنولوجي	دعم تقني أساسي

5. برامج التدريب و تنمية المهارات

البرامج التدريبية لتحقيق اهداف كل مرحلة و الانتقال للمرحلة التي تليه ا
برامج المرحلة الثانية:

- برنامج اختبار الفرضيات و بناء الرؤية
- برنامج تصميم MVP
- برنامج جمع ملاحظات العملاء و تحليلها

- برنامج التحقق من ملائمة المنتج للسوق Product-Market Fit
- برنامج التمحور و التحسين المستمر
- برنامج اختبار القيمة الإقتصادية Monetization Validation

برامج المرحلة الثالثة:

- برنامج بناء الفريق و الهيكل
- تحسين العمليات و الأنظمة
- جاهزية الإستثمار
- برنامج دخول الأسواق الجديدة و التوسع
- برامج الإستدامة

برامج المرحلة الرابعة:

- برامج التحول المؤسسي و بناء الهيكل الإداري
- برنامج تثبيت نموذج العمل و تنوع مصادر الدخل
- برنامج اختراق السوق و بناء حصة سوقية
- برنامج بناء الفريق التنفيذي و تفعيل الحوكمة
- برنامج المؤشرات و النضج و النمو المالي

برامج المرحلة الخامسة:

- برنامج التوسع
- برنامج تطوير المنتجات و الخدمات
- برنامج بناء الخدمات و الشراكات الإستراتيجية
- برنامج جاذبة جذب الإستثمار
- برنامج التخطيط القانوني و

المالي ○ برنامج تقييم الشركة و تحديد القيمة السوقية

6. الدعم المالي و الإستثماري ○ تمويل أولي مقابل نسبة
○ تنظيم لقاءات مع المستثمرين و رواد الاعمال
الدعم في تقديم المنح التمويلية و الدراسي ة
7. بناء العلاقات
○ فعاليات داخلية منتظمة
الوصول لشركاء وشركات
8. الدعم القانوني
9. تتبع التقدم والتأهيل للمراحل التالية و المسرعات ○ تتبع نمو المستخدمين،
الإيرادات، التطوير ○ التحضير للمسرعات أو الجولة الاستثمارية

خدمات المركز أثناء الإحتضان لرواد الأعمال

1. برامج حاضنات ومسرعات الأعمال لدعم المشاريع الناشئة.
2. التوجيه والإرشاد من قبل مستشارين وخبراء متخصصين.
3. فرص التمويل والدعم المالي من خلال شراكات استثمارية.
4. توفير مساحات عمل مشتركة مجهزة بالكامل.
5. تسهيل تسجيل الشركات الناشئة قانونيًا وإداريًا.
6. الربط مع المستثمرين لتنمية المشاريع.
7. برامج تدريبية متخصصة في ريادة الأعمال وإدارة المشاريع.
8. دعم اختبار النماذج الأولية قبل طرحها في السوق.
9. خدمات التسويق والترويج للمشاريع الناشئة.

خدمات المركز أثناء الإحتضان (المذكرات التفاهم)

1. التعاون في المشاريع البحثية المشتركة.

2. الاستفادة من المرافق والتقنيات الجامعية مثل المختبرات والمعامل.
3. التواصل مع أعضاء هيئة التدريس والباحثين والطلاب الموهوبين.
4. المشاركة في الفعاليات والمنتديات التي تنظمها الجامعة.

خدمات ما بعد الإحتضان:

عضوية التخرج من المركز

دعوات المشاركة

الجوائز الابتكارية

خدمات تطوير الأعمال

Networking services

خدمات دعم مساحات العمل المشتركة

المصادر:

Startup Commons: Pre-Incubation Framework

[Startup Commons - Startup Commons](#)

Station F

[STATION F - World's biggest startup campus](#)