



جامعة المجمعة
Majmaah University

الخطة التشغيلية للمركز الإعلامي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

❖ مقدمة :

في ضوء رؤية ورسالة جامعة المجمعة الساعية إلى التطوير الشامل وتحسين المخرجات وفق أعلى معايير الجودة فقد أعد المركز الإعلامي خطته التشغيلية وفق المنهجية العلمية للخطة الاستراتيجية والتفيذية للجامعة، حيث تسعى الإدارة من خلال خطتها التشغيلية إلى تجسيد دورها في تحقيق أهداف الجامعة وخدمة المجتمع المحلي، وذلك بتنفيذ مبادرات ذات الارتباط بمهام المركز والتي تسهم في عمليات التطوير وتحقيق الطموحات المستقبلية وتمكين المنفذين على متابعة الأداء ومستوى الإنجاز بالمركز وقد تم تصميم الخطة التشغيلية بما يتوافق مع رؤية الجامعة ووزارة التعليم والمنبثقة من رؤية المملكة ٢٠٣٠ في إطار تحقيق الأهداف التنموية للوزارة، ومن منطلق اعتبار المركز الإعلامي أحد أهم الجهات في جامعة المجمعة، وذلك يعود إلى أهمية الادوار المسندة إليها من قبل إدارة الجامعة وذلك لتقديم صورة إيجابية عن دور الجامعة التنموي ومسؤوليتها في بناء جيل الشباب المؤهلين في شتى المجالات ، ويكون حلقة وصل إعلامية بين الجامعة والقطاعات المختلفة داخل المملكة وخارجها ، كما يهدف إلى التعريف بدور الجامعة ورسالتها الأكاديمية والبحثية عبر القيام بدراسات علمية لقياس الرأي العام وتحديد احتياجات المجتمع.

وتأتي الخطة التشغيلية لتضمن المبادرات الخاصة بالأهداف الاستراتيجية المستهدفة والتوقيت المخطط لتنفيذها وكذلك مسؤولية التنفيذ.

ويطبق المركز نهجه القائم على النتائج وهو نهج يدمج الاستراتيجية والموارد والعمليات والقياس معاً من أجل تحسين صنع القرارات وذلك جنباً إلى جنب مع زيادة الشفافية والموضوعية وسرعة الإنجاز وكفاءة الأداء لتزويد وسائل الإعلام بالأخبار والمعلومات الموثوقة حول جامعة المجمعة وأهم مستجداتها وينصب التركيز في هذا النهج على قياس الأداء مقابل الأهداف والتعلم من التجارب والتعديل حسب الظروف الجديدة وتقديم التقارير بشأن النتائج وتحقيق الأهداف.

والله ولي التوفيق

❖ كلمة مدير المركز :

منذ نشأتها أصبحت جامعة المجمعة في مصاف الجامعات التي حققت الريادة بجودة الخدمات التي تقوم بتقديمها ، سواءً الأكاديمية أو الخدمية بكافة أنواعها ، واليوم نحن نعمل كأسرة واحدة في جامعة تحرص على خلق الترابط الوثيق مع المتعاملين معها ، محققين بذلك أهم أهداف الجامعة .

ونحن في المركز الإعلامي ومنذ اليوم الأول لإنشاء المركز نعمل على توفير بيئة العمل المناسبة للعمل بروح الفريق في جميع نشاطاتنا وخدماتنا التي نقدمها ، لنتمكن من تأدية العمل بجودة عالية ، كما أن فريق العمل في المركز يسعى بمعايير ثابتة إلى تعزيز التواصل الإعلامي بين الجامعة والمجتمع الخارجي ، والمتمثل في المؤسسات الإعلامية بكافة أنواعها (الصحفية والإذاعية والتلفزيونية والإلكترونية) ، إلى جانب عمله في تغطية كافة الأنشطة والفعاليات التي يتم تنظيمها من قبل الوكالات والكليات والعمادات والإدارات المختلفة داخل الجامعة ، وفي الوقت نفسه نحن نهتم بتوفير بيئة تدريبية وتحفيزية لكل مبدع في المجال الإعلامي لجميع منسوبي الجامعة تحقيقاً لرؤية ورسالة المركز ، ولتبقى جامعة المجمعة رائدة في العلم والتعليم .

ا- نبذة عن المركز :

تم إنشاء المركز الإعلامي بقرار من سعادة رئيس الجامعة بتاريخ ١ / ١١ / ١٤٤٣هـ لإيمانه بدور استقلاليه الإعلام وأهميتها في المنظومة الإدارية للجامعة , حيث حدد المركز الإعلامي رؤيته , ورسالته , وقيمه , ووضع عدداً من الأهداف الخاصة به , ورسم الهيكل التنظيمي ليشمل توزيع المهام , وتحديد الاختصاصات داخل المركز بما يتوافق مع أهداف الجامعة , وخططها , وبرامجها , وهيكلها التنظيمي , ولتوأكب خطوات التطوير في الجامعة , وتُرْضي تطلعات وطموحات المسؤولين عنها , والعمل على تحقيق ذلك من خلال برامج ونشاطات ومشاركات مختلفة .

ويرتبط الإعلامي من خلال خريطة الهيكل التنظيمي للجامعة بمكتب سعادة رئيس الجامعة مباشرة , واستطاع المركز أن يحقق نجاحات ملفتة في خدماتها ؛ ليواكب إنجازات وحدات الجامعة المختلفة , ويحاكي التطور الكبير الذي تشهده , وخطوات الرقي المستمرة , ويزضي تطلعات وطموحات المسؤولين عنه .

❖ الاختصاص العام :

المركز الإعلامي : جهاز يربط الجامعة بمحيطها الداخلي والخارجي , ويقوم بالتعريف بنشاطاتها المختلفة , والخدمات التي تقدمها , وينقلها للآخرين ؛ ليخلق صورة ذهنية إيجابية عن الجامعة ومنسوبيها من خلال عددٍ من البرامج .

❖ الرؤية :

الريادة في إدارة المحتوى الإعلامي بشكل يحقق المنافسة على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي .

❖ الرسالة :

يسعى المركز إلى تعزيز التواصل الإعلامي بين الجامعة والمجتمع , معتمدا على أحدث الوسائل والتقنيات الإعلامية الحديثة للمساهمة في ابراز صورة الجامعة في تحقيق التنمية المستدامة.

❖ القيم :

- ١- الالتزام
- ٢- المصداقية.
- ٣- المشاركة
- ٤- سرعة الإنجاز
- ٥- الاستدامة
- ٦- الابتكار
- ٧- التعاون

❖ الأهداف الاستراتيجية :

- ١- التأكيد على رؤية ورسالة وأهداف الجامعة, والعمل على نشرها من خلال وسائل الإعلام المختلفة.
- ٢- السعي لتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية عن الجامعة للمجتمع.
- ٣- التصدي للشائعات والأخبار الكاذبة التي قد تنشر عن الجامعة.
- ٤- تطبيق أنظمة ومعايير الجودة في النشاطات الإعلامية للمركز الإعلامي الجامعي.
- ٥- بناء العلاقات الوثيقة مع وسائل الاعلام لتحقيق استراتيجيات الجامعة.
- ٦- الاستثمار الأمثل للرأس المال البشري .

الأطر المرجعية الحاكمة لإعداد الخطة التشغيلية:

- ١- رؤية المملكة ٢٠٣٠
- ٢- برامج التحول الوطني ٢٠٢٠
- ٣- الخطة الاستراتيجية الرابعة للجامعة.
- ٤- خطة وزارة الإعلام.
- ٥- وزارة التعليم.
- ٦- نظام بطاقة الاداء المتوازن BSC.

منهجية العمل التي اتبعت في إعداد الخطة التشغيلية:

- ١- مراجعة الخطة الاستراتيجية للجامعة ووزارتي التعليم والإعلام وتحديد اهم المبادرات.
- ٢- تحديد القواعد الرئيسية المنظمة لعمل الخطة التشغيلية.
- ٣- تشكيل فريق العمل.
- ٤- وضع جدول زمني لإعداد الخطة التنفيذية.

المراحل الأساسية لإعداد الخطة التشغيلية:

- ١- اعداد الخطة التشغيلية باستخدام بطاقة الأداء المتوازن BSC.
- ٢- المسارات الاستراتيجية والتشغيلية للجامعة.
- ٣- منهجية متابعة الخطة التشغيلية للجامعة.
- ٤- إعداد مصفوفة الاهداف والمبادرات.

إيضاحات حول الخطة :

أ. يتعين على المركز إعداد الخطط التشغيلية لكل مبادرة أو برنامج يتوقف تنفيذه عليها فالخطة التشغيلية تجيب عن أربعة أسئلة: ما هي خطوات وإجراءات العمل، ومتى وكم الموازنة والنتائج المتوقعة أو مؤشر الإنجاز، وتعتبر الخطة التشغيلية هي اللغة المشتركة بين مكتب رئيس الجامعة والمركز الاعلامي.

ب. يتعين على المركز الاعلامي متابعة تنفيذ الخطة ووضع المؤشرات القياس الأداء والإنجاز وإعداد تقرير ربعي عن الأعمال المنجزة والمتأخرة والمعوقات.

مصطلحات الخطة:

• المركز الإعلامي: هي الجهة الرسمية المسؤولة عن التواصل بين الجامعة والقطاعات المختلفة داخل المملكة وخارجها، والتعريف برسالة الجامعة الأكاديمية والبحثية والاجتماعية وابرار جهود الجامعة ونشاطاتها وفعاليتها , وصناعة صورة نمطية إيجابية عنها.

• الخطة الاستراتيجية: خطة عمل شاملة طويلة الأجل يهدف المركز من خلالها إلى تحقيق أهداف محددة موضوعة استراتيجياً.

• الخطة التشغيلية: خطة تفصيلية تتضمن كافة الأنشطة والإجراءات المتعلقة بتنفيذ مبادرات الخطة الاستراتيجية , والتوقيتات الزمنية بشكل محدد بالإضافة إلى الجهات والمراكز الوظيفية المسؤولة عن التنفيذ.

• الأهداف الاستراتيجية: هي الأهداف النوعية المراد تنفيذها لتحقيق المستهدفات.

• المقارنة المرجعية: عملية منظمة ومستمرة لتقييم أداء المنظمة أو أحد جوانب هذا الأداء من خلال المقارنة بنموذج سواء في الداخل أو الخارج للتعرف على أسباب العجز والعمل على معالجتها والوصول إلى الأداء الأفضل.

• المبادرة: فكرة، مشروع، برنامج، عمل مفيد. يهدف إلى التغيير.

• البرامج: مجموعة من المشاريع لها علاقة ببعضها البعض ويكون هناك منفعة أو فائدة من إدارتهم سوياً ووضعهم في برنامج واحد.

• معايير الأداء: هي مجموعة من المقاييس الكمية والنوعية تستخدم لقياس الأداء المتفق عليها التي تراقب التقدم نحو تحقيق المعايير. من كل هدف مثل الآتي:

- المعايير الكمية: وتستخدم لقياس حجم / عدد / كمية / الإنجاز المتوقع.

- المعايير النوعية: وتستخدم لقياس دقة وجودة الإنجاز المتوقع.

- المعايير الزمنية: وتستخدم لقياس الوقت المستغرق في الإنجاز.

- المعايير المالية: وتستخدم لقياس تكلفة الإنجاز.

• العدد أو النسبة: هو مقدار نتيجة المعيار المراد تحقيقه.

• المستهدف: العنصر الأكثر أهمية، ويعبر عنه بـ (رقم، نسبة مئوية، قيمة).

• المسؤول عن التنفيذ: المكلف بتنفيذ المبادرة أو المشروع.

٢- الوحدات التابعة للمركز الإعلامي :

❖ قسم التحرير

❖ قسم الدعم الفني والإنتاج الإعلامي

❖ قسم التوثيق والتصوير

❖ قسم التصوير والجرافيك

❖ قسم المحتوى الرقمي

❖ قسم الخدمات المساندة

٣- ملخص بيانات واحصاءات المركز :

إناث	ذكور	الفئة
٥	١٠	عدد الموظفين
١٥		المجموع

٤- عناصر القوة :

- ❖ مايجده المركز من متابعة ودعم وتشجيع وتوفير الاحتياجات المهمة من قبل إدارة الجامعة .
- ❖ شغف منسوبي المركز على العمل والرغبة في التطوير والعمل بروح الفريق مما حسن من جودة العمل والارتقاء.
- ❖ دخول موظفي وموظفات المركز في عدد من الدورة لتطوير الإمكانيات واكتساب مهارات جديدة تتناسب مع احتياجات العمل.

٥- عناصر الضعف :

- ❖ عدم وجود تجهيزات تتناسب مع تطلعات فريق العمل .
- ❖ عدم وجود كوادر مؤهّلة ومتخصصة في مجال الإنتاج والإخراج المرئي من أفلام وعروض ومقاطع .
- ❖ عدم وجود كوادر مؤهّلة ومتخصصة في مجال إدارة المسرح ، والإخراج ، والتصوير التلفزيوني .
- ❖ عدم وجود كوادر مؤهّلة ومتخصصة في مجال تحرير الأخبار وكتابة التقارير الصحفية.
- ❖ الحاجة لإنشاء أستوديو متكامل التجهيزات للبث المباشر والتصوير والإنتاج من خلال التعاقد مع شركة تقوم بإنشاء أستوديو متكامل , وتقوم بالتشغيل والصيانة , وتدريب موظفين وفنيين من منسوبي الجامعة لإدارته , وذلك لمدة عام أو عامين .
- ❖ عدم توفر مساحات تخزينية رقمية لبيانات وملفات الجامعة من صور وأفلام وتوثيق لمناسبات الجامعة المختلفة لحفظها وأرشفتها .
- ❖ كثرة المشاكل التقنية والمتمثلة في ضعف وبطء وأحياناً انقطاع في خدمة الإنترنت ، مما يعطل ويؤخر نزول الأخبار , وتحميل الصور .
- ❖ تأخر بعض جهات الجامعة في إبلاغ المركز عن المناسبات الداخلية الخارجية , وذلك من أجل التنسيق المبكر والتغطية الإعلامية المناسبة .

وضع تصميم بطاقة الأداء المتوازن الخطة التشغيلية للمركز الإعلامي:

المستفيدون

البعد الاستراتيجي الأول

التأكيد على رؤية ورسالة واهداف الجامعة , والعمل على نشرها من خلال وسائل الإعلام المختلفة

الهدف الإستراتيجي الأول

تصميم برامج متنوعة موجهة للإعلام الخارجي

الهدف التفصيلي

م	المبادرات	الأنشطة	مؤشرات الأداء KPI	الفترة الزمنية المتوقعة للتنفيذ للعام ٢٠٢٤	الجهة المسؤولة	الجهة المنفذة	المخاطر المتوقعة	التمويل
١	رقم المبادرة عنوان المبادرة	تصميم انفوجرافيك فيديوهات تغريدات	- نسبة النشر - نسب المشاهدة - عدد المواد		المركز الإعلامي			
	٤-١							

المستفيدون

البعد الاستراتيجي الأول

السعي لتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية عن الجامعة للمجتمع.

الهدف الإستراتيجي الثاني

تنفيذ زيارات ميدانية وإقامة الندوات التعريفية للمساهمة في تشكيل الصورة الإيجابية للجامعة

الهدف التفصيلي

م	المبادرات	الأنشطة	مؤشرات الأداء KPI	الفترة الزمنية المتوقعة للتنفيذ للعام ٢٠٢٤	الجهة المسؤولة	الجهة المنفذة	المخاطر المتوقعة	التمويل
١	رقم المبادرة عنوان المبادرة اعرفني (....)	تنفيذ زيارات ميدانية	- عدد الزيارات المنفذة - عدد المستفيدين		المركز الإعلامي	المركز الإعلامي		

المستفيدون

البعد الاستراتيجي الأول

السعي لتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية عن الجامعة للمجتمع.

الهدف الإستراتيجي الثاني

القيام بتنفيذ حملات اعلامية توعوية بدور الجامعة التنموي

الهدف التفصيلي

م	المبادرات	الأنشطة	مؤشرات الأداء KPI	الفترة الزمنية المتوقعة للتنفيذ للعام ٢٠٢٤	الجهة المسؤولة	الجهة المنفذة	المخاطر المتوقعة	التمويل
١	رقم المبادرة ٢-١	عنوان المبادرة من نحن (...)	حملة اعلامية عبر منصات التواصل الاجتماعي - عدد المنشورات - عدد الفيديو - نسبة المشاهدة		المركز الإعلامي	المركز الإعلامي		

المستفيدون

البعد الاستراتيجي الأول

السعي لتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية عن الجامعة للمجتمع.

الهدف الإستراتيجي الثاني

قياس مستوى الرأي العام ودراسة اتجاهات الجمهور نحو الجامعة

الهدف التفصيلي

التمويل	المخاطر المتوقعة	الجهة المنفذة	الجهة المسؤولة	الفترة الزمنية المتوقعة للتنفيذ للعام ٢٠٢٤	مؤشرات الأداء KPI	الأنشطة	المبادرات	م	
		المركز الإعلامي	المركز الإعلامي		- نسبة رضا الجمهور	إطلاق مؤشر قياس مستوى الرأي العام	رقم المبادرة عبر برأيك (...)	٣-١	١

العمليات الداخلية

البعد الاستراتيجي الثاني

تطبيق أنظمة ومعايير الجودة في النشاطات الإعلامية للمركز الإعلامي

الهدف الإستراتيجي الرابع

تفعيل نظام ضمان الجودة الداخلي للمركز

الهدف التفصيلي

م	المبادرات	الأنشطة	مؤشرات الأداء KPI	الفترة الزمنية المتوقعة للتنفيذ للعام ٢٠٢٤	الجهة المسؤولة	الجهة المنفذة	المخاطر المتوقعة	التمويل
٢	رقم المبادرة ١-٢ عنوان المبادرة رقمن	تعزيز التكنولوجيا والأنظمة الذكية للأدوات الإعلامية	- نسبة التحول الإلكتروني - الحصول على تصنيفات		المركز الإعلامي			

العمليات الداخلية

البعد الاستراتيجي الثاني

تطبيق أنظمة ومعايير الجودة في النشاطات الإعلامية للمركز الإعلامي الجامعي

الهدف الإستراتيجي الرابع

تطوير الهيكل التنظيمي للمركز واستكمال بناءه الإداري

الهدف التفصيلي

م	المبادرات	الأنشطة	مؤشرات الأداء KPI	الفترة الزمنية المتوقعة للتنفيذ للعام ٢٠٢٤	الجهة المسؤولة	الجهة المنفذة	المخاطر المتوقعة	التمويل
٢	رقم المبادرة ٢-٢	حوكمة الإجراءات اعداد الأدلة	- نسبة الخدمات المحوكمة		المركز الإعلامي			

التعلم والنمو

البعد الاستراتيجي الثالث

الاستثمار الأمل للرأس المال البشري

الهدف الإستراتيجي السادس

رفع كفاءة التنافس التسويقي لزيادة الإيرادات والأرباح

الهدف التفصيلي

م	المبادرات	الأنشطة	مؤشرات الأداء KPI	الفترة الزمنية المتوقعة للتنفيذ للعام ٢٠٢٤	الجهة المسؤولة	الجهة المنفذة	المخاطر المتوقعة	التمويل
٣	رقم المبادرة ١-٣	تصميم ملفات تعريفية وتسويقية	- عدد الملفات المصممة - عدد الجهات المستهدفة		المركز الإعلامي			

التعلم والنمو

البعد الاستراتيجي الثالث

الاستثمار الأمثل للرأس المال البشري

الهدف الإستراتيجي السادس

تطوير قدرات ومهارات الموظفين في المركز والإرتقاء بأدائهم

الهدف التفصيلي

م	المبادرات	الأنشطة	مؤشرات الأداء KPI	الفترة الزمنية المتوقعة للتنفيذ للعام ٢٠٢٤	الجهة المسؤولة	الجهة المنفذة	المخاطر المتوقعة	التمويل
٣	رقم المبادرة ٢-٣	دورات تدريبية الزيارات	- عدد الدورات - مؤشر رضا المتدربين		المركز الإعلامي	- الإدارة العامة للموارد البشرية - سيفال		

التعلم والنمو

البعد الاستراتيجي الثالث

الاستثمار الأمثل للرأس المال البشري

الهدف الإستراتيجي السادس

استقطاب الكوادر المتميزة من الخبراء والاستشاريين

الهدف التفصيلي

التمويل	المخاطر المتوقعة	الجهة المنفذة	الجهة المسؤولة	الفترة الزمنية المتوقعة للتنفيذ للعام ٢٠٢٤	مؤشرات الأداء KPI	الأنشطة	المبادرات	م
			المركز الإعلامي		- عدد الخبراء - التغذية للموقع بنسبة لا تقل عن ٣٠٪	الاستقطابات قاعدة بيانات	رقم المبادرة عنوان المبادرة	٣
							٣-٣ خبراء	

المالي والاقتصادي

البعد الاستراتيجي الرابع

بناء العلاقات الوثيقة مع وسائل الإعلام لتحقيق استراتيجيات الجامعة

الهدف الإستراتيجي الخامس

مد جسور الشراكات والتعاون الإعلامي مع الجهات الاعلامية المتخصصة

الهدف التفصيلي

م	المبادرات	الأنشطة	مؤشرات الأداء KPI	الفترة الزمنية المتوقعة للتنفيذ للعام ٢٠٢٤	الجهة المسؤولة	الجهة المنفذة	المخاطر المتوقعة	التمويل
٤	رقم المبادرة عنوان المبادرة	ملتقى إعلامي	- عدد الجهات الشريكة - نسبة الرضا		المركز الإعلامي			
	شراكات							
	١-٤							

المالي والاقتصادي

البعد الاستراتيجي الرابع

بناء العلاقات الوثيقة مع وسائل الإعلام لتحقيق استراتيجيات الجامعة

الهدف الإستراتيجي الخامس

تزويد وسائل الإعلام المختلفة بالأخبار عن الجامعة

الهدف التفصيلي

م	المبادرات	الأنشطة	مؤشرات الأداء KPI	الفترة الزمنية المتوقعة للتنفيذ للعام ٢٠٢٤	الجهة المسؤولة	الجهة المنفذة	المخاطر المتوقعة	التمويل
٤	رقم المبادرة عنوان المبادرة ٤-١ ...	التواصل	- عدد الجهات الشريكة - عدد الاخبار المنشورة		المركز الإعلامي			

المالي والاقتصادي

البعد الاستراتيجي الرابع

الاستثمار الأمثل للرأس المال البشري

الهدف الإستراتيجي الخامس

رفع كفاءة التنافس التسويقي لزيادة الإيرادات والأرباح

الهدف التفصيلي

م	المبادرات	الأنشطة	مؤشرات الأداء KPI	الفترة الزمنية المتوقعة للتنفيذ للعام ٢٠٢٤	الجهة المسؤولة	الجهة المنفذة	المخاطر المتوقعة	التمويل
٤	رقم المبادرة عنوان المبادرة ٢-٤ تحول	خصصة	- انشاء سجل تجاري - السياسات		المركز الإعلامي			



—  —
المرکز الإعلاني
— MEDIA CENTER —