



جامعة أم القرى
UMM AL-QURA UNIVERSITY



2022-2023

التقرير السنوي

للإدارة العامة للاتصال المؤسسي



جامعة أم القرى
UMM AL-QURA UNIVERSITY

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



جدول المحتويات

رقم الصفحة	محتويات العرض	م
3	ملخص منجزات الإدارة العامة للاتصال المؤسسي	1
6	الهيكل التنظيمي للإدارة العامة للاتصال المؤسسي	2
6	مقر الإدارة العامة للاتصال المؤسسي	3
7	أهداف الإدارة العامة للاتصال المؤسسي	4
8	مهام الإدارة العامة للاتصال المؤسسي	5
10	إدارة العلاقات العامة	6
15	الاتصال الداخلي والخارجي	7
22	المركز الإعلامي	8
27	إحصائية الإنتاج المرئي للمركز الإعلامي بجامعة أم القرى	10
28	الهوية البصرية	11
41	الحملات الإعلامية	12
44	وحدة التسويق	13
51	مركز رعاية المستفيدين	14
56	منظومة قياس الرضا للمستفيدين من خدمات جامعة أم القرى	15
63	ملخص مؤتمرات ٢٠٢٢م - ٢٠٢٣م	16
64	صور مؤتمرات ٢٠٢٢م - ٢٠٢٣م	17

ملخص منجزات الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

أبرز الإنجازات:

- تحديث وتطوير وإدارة الامتثال للهوية البصرية للجامعة وتقديم الخدمات المرافقة لها وموائمتها مع بعض الهويات في الجهات والمناسبات ذات العلاقة.
- تحديث موقع الإدارة والنماذج الإلكترونية الخاصة بها.
- تطوير خطة الاتصال الداخلي المبنية على المسارات الاستراتيجية في الجامعة.
- تطوير الملف الصحفي لرصد تفاعل الصحف مع أبرز أخبار الجامعة.
- تطوير خطة تنفيذية وتشغيلية للخدمات الاتصالية.
- تطوير الخطة الإعلامية للبحث العلمي.
- تطوير خطة تحسين تجربة المستفيد وآلية قياس رضا المستفيدين.
- تطوير ملف حجز القاعات الكبرى وآلية توفير الاحتياجات لها.
- تنظيم اللقاءات التعريفية وورش العمل للخدمات الاتصالية المتنوعة.
- تفعيل الحملات الإعلامية الوطنية والعالمية وإعداد تقارير الإنجاز الخاصة بها.
- إدارة المناسبات الوطنية والفعاليات الخاصة بالجامعة وإعداد تقارير الإنجاز الخاصة بها.
- إدارة الخدمات الاتصالية في الملتقيات والمؤتمرات محلياً ودولياً.
- إنتاج مجموعة من المواد الإعلامية المرئية والمسموعة وأرشفتها.
- إصدار التقارير الأسبوعية والشهرية والدورية الخاصة بالخدمات الاتصالية.
- إنتاج وتصميم المطبوعات والمنشورات والدعوات الخاصة بفعاليات الجامعة.
- تنظيم الزيارات الخارجية والداخلية مع شركاء النجاح لبحث سبل وأوجه التعاون والتسويق لخدمات الجامعة المختلفة.
- إعداد وتوزيع دليل إنجازات جامعة أم القرى السنوي.

ملخص منجزات الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

الإجراءات التصحيحية:

استحداث النماذج الإلكترونية لخدمات الاتصال الداخلي والخارجي.

إعادة هيكلة الإدارة والأقسام التابعة لها وتحديد نطاق مهامها.

معالجة خدمات الاتصال لاستقبال المناقشين الخارجين للرسائل العلمية وضيوف الجامعة.

تفعيل لجنة النظر في آراء المستخدمين ومعالجة المشكلات الخاصة بهم وتوظيف مقترحاتهم.

إطلاق خدمات سنترال العابدية ومعالجة مشكلات التحويلات.

إنشاء منصة داخلية متعددة الوسائل لمركز رعاية المستخدمين بهدف تسهيل استقبال استفساراتهم ومقترحاتهم.

حوكمة تقارير وإحصائيات المتابعة الدورية لرعاية المستخدمين.

إعداد الدليل الإجرائي لحوكمة استخدام حسابات التواصل الاجتماعي بالجامعة.

تجهيز مقر متكامل لاستقبال المستخدمين في الشطرين.

ملخص منجزات الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

النظرة المستقبلية:

تجهيز الاستديو الإعلامي وتنفيذ المبادرات الإعلامية من خلاله.

تطوير منظومة التواصل الداخلي والخارجي ورفع كفاءتها.

زيادة الشراكات الاستراتيجية مع الجهات من خلال المبادرات الاتصالية المحققة لأهداف الجامعة والمشاركة مع القطاعات الحكومية والخاصة وغير الربحية.

اصدار دليل الاتصال الموحد لجهات الجامعة.

استكمال سلسلة الأدلة والسياسات الخاصة بالخدمات الاتصالية.

إحصائيات:

914

إجمالي تفاعل الصحف على أبرز أخبار الجامعة.

1464

إجمالي عدد التغريدات.

4546

إجمالي عدد الأخبار.

285 283

إجمالي عدد المستفيدين.

633

إجمالي عدد استقبال وتسكين ضيوف الجامعة والمناقشين.

25

إجمالي عدد النماذج الإلكترونية المطورة.

687

إجمالي رسائل التواصل الداخلي.

307

إجمالي الظهور الإعلامي.

100

إجمالي عدد التقارير والإحصائيات الدورية المعدة.

50

إجمالي عدد الحملات الإعلامية المنفذة.

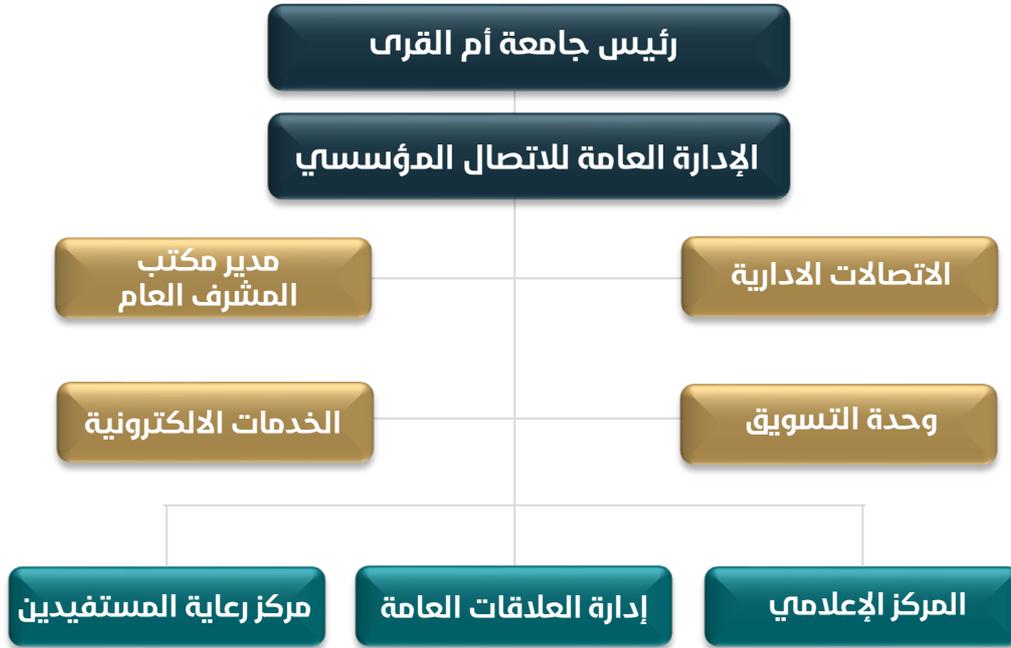
215

إجمالي عدد الفعاليات المنجزة في القاعات الكبرى.

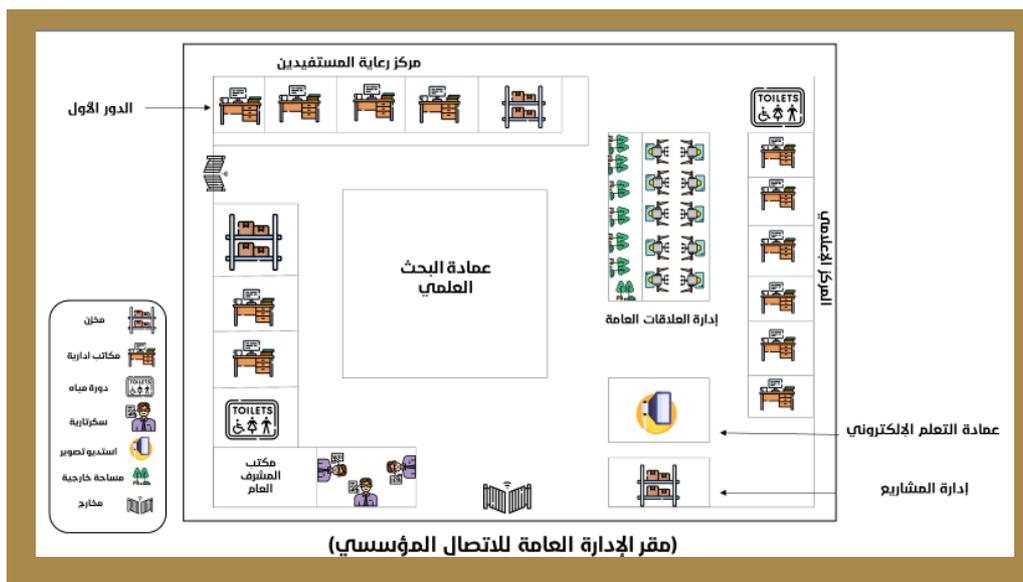
21

إجمالي عدد المؤتمرات.

الهيكل التنظيمي لإدارة العامة للاتصال المؤسسي



مقر الإدارة العامة للاتصال المؤسسي



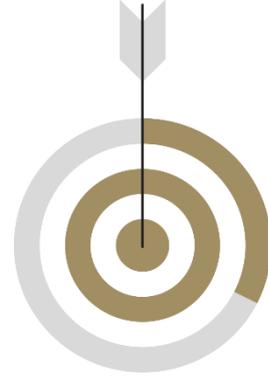
أهداف الإدارة العامة للاتصال المؤسسي



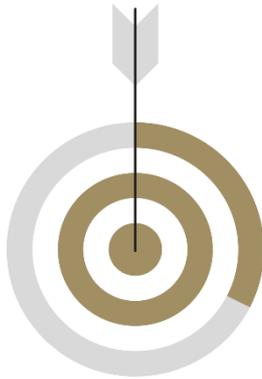
الكفاءة والفاعلية في
إدارة الفعاليات وتوطيد
العلاقات الداخلية
والخارجية.



تحقيق سمعة
مؤسسية وإعلامية
متميزة ورائدة.



تعزيز الانتماء
والمسؤولية لدى
الطلبة والأعضاء
والموظفين
والمنسوبين .



تحقيق رضا المستفيد
عن الخدمات الاتصالية
الداخلية والخارجية.



التميز في تقديم
الخدمات الاتصالية
للمستفيدين.



التسويق لخدمات
الجامعة المتنوعة
والشاملة لدى
المستفيدين داخلياً
وخارجياً.

مهام الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

- ❖ إحاطة وسائل الإعلام بها لدى الجامعة والفروع المرتبطة بها من أخبار أو بيانات أو إيضاحات، وكذلك التجاوب مع ما يرد إليها من تساؤلات، وما يُنشر عنها من أخبار أو معلومات تهم الشأن العام، والرد عليها، بعد عرضها على صاحب الصلاحية.
- ❖ تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للجامعة وتطويرها وإيصال خطتها الاستراتيجية ومشاريعها وبرامجها للمجتمع الداخلي والخارجي.
- ❖ الإدارة التنظيمية للفعاليات والمناسبات والاجتماعات والمؤتمرات والمشاركات الخاصة بالجامعة داخلياً وخارجياً، وتوفير المستلزمات والاحتياجات الخاصة بها بالتنسيق مع الجهات ذات العلاقة، والتي تكون الجامعة طرفاً بها.
- ❖ حجز القاعات الكبرى في مقرات الجامعة وإدارتها، ورفع الاحتياج الخاص.
- ❖ صياغة وإصدار الدعوات الخاصة بالجامعة ومتابعتها.
- ❖ إدارة مراسم الاستقبال والتوديع للوفود والمناقشين والضيوف والزوار من وإلى الجامعة، وتنسيق السكن والمعيشة والتنقلات الخاصة بهم.
- ❖ تطوير العلاقة الاتصالية الداخلية بين الإدارة العليا والمجتمع الجامعي.
- ❖ تطوير العلاقة الاتصالية الخارجية مع القطاعات العامة والخاصة وغير الربحية.
- ❖ إدارة الهوية البصرية للجامعة ومتابعتها وتطويرها والإشراف على المطبوعات الخاصة بها.
- ❖ إدارة العلاقات وبناء الشراكات الإعلامية المساهمة في صناعة السمعة المؤسسية للجامعة.
- ❖ إنتاج المواد الإعلامية والأفلام الوثائقية الخاصة بالجامعة.
- ❖ تنسيق الظهور الإعلامي للجامعة على وسائل الإعلام المختلفة.
- ❖ إدارة المحتوى الداخلي للأخبار والإعلانات على موقع الجامعة.
- ❖ إدارة المحتوى الخارجي للأخبار والإعلانات بالتنسيق والنشر مع وسائل الإعلام الاجتماعي والمرئي والمسموع.
- ❖ إدارة حسابات الجامعة الأساسية على منصات التواصل الاجتماعي.
- ❖ صناعة ومراجعة واعتماد المحتوى الإعلامي والاتصالي لعروض الجامعة وأخبارها ومشاركاتها.
- ❖ الإشراف على خدمة المستفيدين من خلال الوسائل المختلفة التي يقدمها مركز رعاية المستفيدين.
- ❖ الإشراف على نظام تواصل المخصص من وزارة التعليم واستقبال شكاوى المستفيدين عبر عدة قنوات ومتابعتها لدى الوحدات المختلفة داخل الجامعة لحين إنجازها ورفع التقارير عنها.

مهام الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

- ❖ استقبال المستفيدين والرد على استفساراتهم ومقترحاتهم وشكواهم ومعالجتها مع الجهات المختصة، وتسهيل إجراءات حصولهم على كافة خدمات الجامعة، والتأكد من أنها تقدم لهم بسلاسة وانسيابية وسرعة في الإنجاز ودقة في الأداء، وإبلاغهم بالإجراءات المتخذة على معاملاتهم.
- ❖ التنمية المهنية من خلال الدورات التدريبية والبرامج التطويرية التي تساهم في التطوير العملي لممثلي خدمات التواصل الداخلي والخارجي ومتابعة نسبة الإنجاز لهم.
- ❖ نشر الوعي والتثقيف حول القضايا الأكاديمية والمجتمعية والبحثية عبر قنوات تقديم الخدمات المختلفة بالتعاون مع الجهات ذات العلاقة داخل وخارج الجامعة.
- ❖ الإشراف على محتوى الموقع الإلكتروني للجامعة والصفحات الإلكترونية المتصلة بها.
- ❖ العمل على قياس رضا المستفيد وتحليل النتائج والرفع بتقارير دورية عنها لصاحب الصلاحية.
- ❖ الإشراف على خدمات الاتصال الهاتفية (الخطوط المباشرة) والسنترال وتأمين أنظمة الاتصال الداخلية وخدمات الهواتف النقالة الرسمية وخدمات الاتصال الجماعي والمراسلات، عدا الخدمات الفنية والصيانة.
- ❖ تسويق كافة مشاريع الجامعة التعليمية والبحثية والاستشارية والاستثمارية وغيرها وذلك بعد التنسيق مع الجهات ذات العلاقة.
- ❖ تقديم الخدمات الإلكترونية الخاصة بالمحتوى الرقمي لموقع الجامعة والصفحات التابعة له.
- ❖ إعداد البيانات والتقارير الإحصائية الخاصة بالخدمات الاتصالية والمستفيدين.
- ❖ القيام بما يوجه به رئيس الجامعة من مهام تقع ضمن اختصاص الإدارة.



جامعة أم القرى
UMM AL-QURA UNIVERSITY

إدارة العلاقات العامة

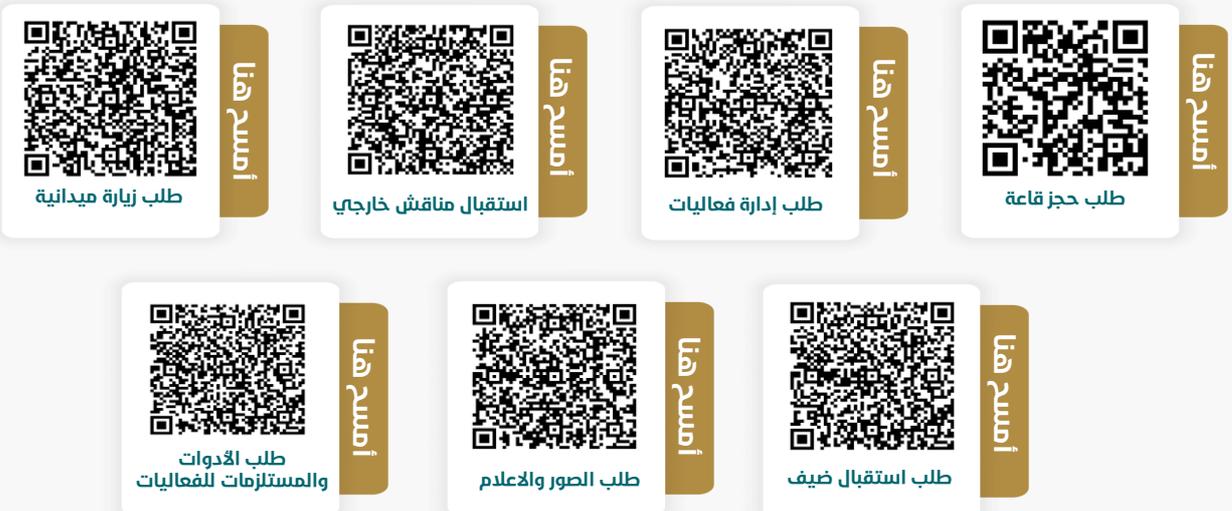


نبذة عن إدارة العلاقات العامة

تهتم إدارة العلاقات العامة في جامعة أم القرى بتحقيق الأتصال الدآخلي والآخرجي؛ من خلال تعزيز العلاقة الأتصالية الإيجابية بين المنتسبين وبين جميع الكليات، والمعاهد، والعمادات، والإدارات داخل الجامعة؛ كما تعمل الإدارة على توطيد العلاقات الأخرجية مع مختلف القطاعات العامة والأاصة وغير الربحية، وبناء جسور الأعاون معهم مما يسهم في الأعراف: برؤية الجامعة، وأهدافها الأستراتيجية، وبرامجها الأكاديمية، ومشاريعها الأستشارية، كما تنظم الفعاليات والمؤتمرات العلمية والأبحاثية؛ مما يعكس عراقة الجامعة ومساهماتها المتنوعة.



الخدمات المقدمة من إدارة العلاقات العامة





إحصائيات تقرير الإدخالات والاستخدامات لتذاكر الإدارة العامة للاتصال المؤسسي الخاص بإدارة العلاقات العامة

50

استقبال مناقش
خارجي

755

طلب حجز قاعة

13

طلب إدارة فعاليات

15

طلب استقبال ضيف

40

طلب زيارة ميدانية

30

طلب صور وأعلام

178

استلام أدوات
ومستلزمات للفعاليات

مبادرات إدارة العلاقات العامة

م	المبادرة	وصف المبادرة	المؤشرات	المتحقق ٢٠٢٣
1	تطوير نماذج الخدمات	أتمتة النماذج ، وتحديد مسؤولي الخدمة، والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة	عدد النماذج المطورة	12
2	تطوير القدرات الاتصالية	تدريب وتأهيل الكوادر البشرية بتحسين نمط الخدمات الاتصالية المقدمة	عدد موظفي الإدارة الذين تم تدريبهم	30
3		تطوير قدرات أعضاء هيئة التدريس ومنسقي الخدمات الاتصالية في الجهات	عدد المنسقين الذين تم تدريبهم	50
4		تطوير قدرات منسقي تواصل على استخدام خدمات نظام تواصل	عدد منسقي تواصل الذين تم تدريبهم	80
5		دليل إدارة الفعاليات	دليل مقنن لخطوات إدارة الفعاليات (قبل، أثناء وبعد الفعالية)	نسبة اكتمال دليل إدارة الفعاليات
6	روزنامة الفعاليات	جدول متكامل دوري وسنوي بكافة فعاليات ومناسبات الجامعة	نسبة اكتمال روزنامة الفعاليات	%80
7	تطوير العلاقات الخارجية	تنظيم الزيارات الخارجية والداخلية مع شركاء النجاح لبحث سبل وأوجه التعاون والتسويق لخدمات الجامعة المختلفة	عدد الزيارات المنفذة	20

منجزات إدارة العلاقات العامة



إجمالي عدد استقبال
وتسكين ضيوف الجامعة
والمناقشين.



حجوزات القاعات.



الفعاليات المنجزة
في القاعات.



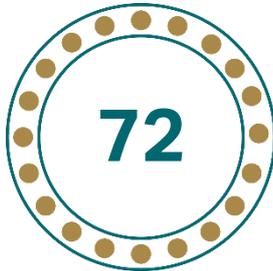
إجمالي رسائل التواصل
الداخلي (راسل)



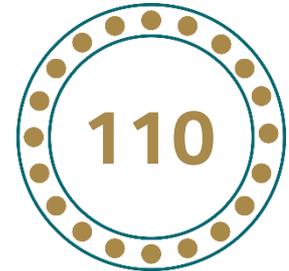
الإسكان
(حجوزات الفنادق)



الإرهاب
(حجوزات السفر)



تفعيل شاشات

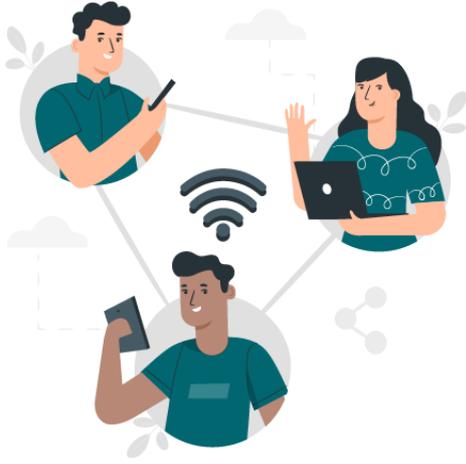


طلب أدوات
ومستلزمات
للفعاليات

الاتصال الداخلي والخارجي



مفهوم الاتصال الداخلي



وهو التواصل ثنائي الاتجاه يتم بين الجامعة والمنتسبين إليها من الطلبة والموظفين والأعضاء، ويشمل التواصل مجموعة من الأنشطة والرسائل الاتصالية التي تهدف نشر المعرفة والمعلومات المتعلقة بالعمل بالأحداث والمستجدات الخاصة به، وذلك لخلق بيئة عمل أكثر وضوحاً وترابطاً وانتماءً.

الفئة المستهدفة للتواصل الداخلي



أعضاء هيئة
التدريس



الموظفون



الطلبة

أهداف التواصل الداخلي



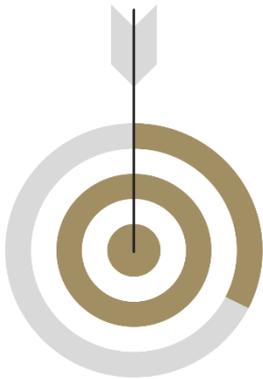
تعزيز عملية التواصل
الفعال وبناء العلاقة
الإيجابية داخل الجامعة.



تعزيز الولاء والانتماء
لدى الطلبة والموظفين
والأعضاء للجامعة.



زيادة مستوى الرضا عن
الخدمات المقدمة من
الجامعة.



توفير بيئة عمل
مميزة وجذابة
ومحفزة.



تشجيع الطلبة
والموظفين والأعضاء
على مشاركة الخبرات
والمقترحات من أجل
التطوير والتحسين
المستمر.



التأثير على السلوكيات
الإيجابية للطلبة
والموظفين والأعضاء مما
يسهم في تحقيق رسالة
الجامعة وأهدافها
ومبادراتها.

أهمية التواصل الداخلي

زيادة الإنتاجية والعمل على تطويرها وتحسينها.

نشر ثقافة الترابط والتماسك والتعاون بين الجمهور الداخلي.

تعزيز الثقة المتبادلة والشفافية بين الإدارة العليا والقيادات والجمهور الداخلي.

دعم العلاقات الإيجابية بين الإدارة العليا والقيادات والطلبة والموظفين والأعضاء.

تعزيز العمل الجماعي والإنتاجية.

تحسين السمعة المؤسسية الداخلية والخارجية.

الكشف عن مواطن الضعف والمشكلات ومحاولة معالجتها.

مهام التواصل الداخلي

توعية المنتسبين
بالخدمات المقدمة لهم.

استقطاب العروض والمزايا
والخدمات للمنتسبين.

اعداد وتفعيل برامج الولاء
والارتباط المؤسسي
للمنتسبين للجامعة.

المساهمة في تنظيم
المناسبات والأنشطة
والفعاليات المحققة
لأهداف الجامعة.

تفعيل قنوات التواصل
والإعلام المختلفة لنقل
ومشاركة المعلومات بين
منسوبي الجامعة.

توعية المنتسبين بحقوقهم
وواجباتهم الوظيفية
والمستجدات الخاصة بها.

تحسين السمعة
المؤسسية .

تطوير بيئة العمل وتعزيز
الارتباط الوظيفي.

الإشراف على تفعيل
الوسائل الاتصالية المناسبة
لتحسين بيئة العمل.

العمل على نشر قيم الأمانة
والإخلاص والنزاهة في
العمل.

أفكار عامة للتواصل الداخلي

تهنئة
المنسوبيين
بالمناسبات

الاحتفاء
بالمناسبات
الوطنية والأيام
العالمية

تكريم فرق
العمل
والقيادات

اللقاءات
التعريفية

الرحلات
الترفيهية

الفيديوهات
والبرودكاست
واللقاءات
الإعلامية

مشاركة
المنسوبيين
اهتماماتهم
ومبولهم

العروض
والمزايا
والخدمات

الخطة التنفيذية للمنتجات الاتصالية

م	المنتجات الاتصالية	وصف المنتجات	موعد النشر والتنفيذ
1	سلسلة الرسائل الإلكترونية (منجزات جامعة أم القرى)	عرض سلسلة من المنجزات للجامعة في مساراتها الاستراتيجية المختلفة ، بحيث يلقي الضوء على الخدمة والمنجز المتحقق من خلالها.	مرة في الأسبوع - يوم الثلاثاء
2	سلسلة انفوجرافيك (نعتز بخدمك)	عرض سلسلة من الخدمات الداخلية والخارجية التي تقدمها الجامعة في الإدارات والعمادات والمعاهد المختلفة	مرة في الأسبوع - يوم الأربعاء
3	سلسلة تقارير مصورة (جولات أم القرى)	تصوير انطباعات الطلبة والأعضاء والموظفين عن الخدمات المختلفة وذلك في مباني وساحات الجامعة وذلك عبر مقاطع برودكاست متنوعة	مرة كل أسبوعين
4	الجامعة في أسبوع	تصميم انفوجرافيك يرسل للطلبة والأعضاء والموظفين نهاية كل أسبوع عن منجزات الجامعة الداخلية والخارجية	مرة في الأسبوع - يوم السبت
5	نشرة جامعة أم القرى	نشرة دورية لأخبار الجامعة ، مختصرة ل أبرز الأحداث الداخلية اسبوعياً ، أو شهرياً ، مع آراء وتجارب الطلبة والإنجازات المتحققة للمنسوبيين.	مرة في الشهر - آخر خميس في الشهر
6	تهنئة، تعزية، تحقيق إنجاز	رسائل وخطابات تهنئة ونشكر وتعزية وفقاً للمناسبات	وفق لتوقيت الحدث
7	روزنامة الفعاليات	تزويد المنسوبيين بمواعيد الفعاليات والأنشطة التي تقيمها الجامعة وإتاحة المشاركة للفئة المستهدفة بحسب مجال الفعالية.	مرة في الأسبوع - يوم الخميس



إحصائيات الاتصال الداخلي والخارجي

53

عدد استفسارات منسقي
الاتصال الداخلي

687

عدد الرسائل
الداخلية المرسلة

79

عدد ملخص إنجازات
الجامعة في أسبوع

55

عدد الشراكات
الاستراتيجية

20

عدد الزيارات المنعقدة
للجهات الخارجية

46

عدد أخبار الترقيات
المنشورة على موقع
الجامعة

50

عدد الحملات الإعلامية
المنفذة بالتعاون مع
الجهات الخارجية

37

عدد مرات استخدام
القاعات من الجهات
الخارجية





جامعة أم القرى
UMM AL-QURA UNIVERSITY

المركز الإعلامي



نبذة عن المركز الإعلامي

تأسس المركز الإعلامي بجامعة أم القرى ليسهم بشكل فاعل في إبراز الدور الكبير الذي تقوم به الجامعة تعليمياً وبحثياً ومجتمعياً واستشارياً سواءً للمجتمع الداخلي أو الخارجي. ويراعي المركز منذ تأسيسه معطيات التطور الإعلامي الحديث والمتسارع وذلك سعياً منه ليكون أحد المراكز الحيوية في الجامعة والتي تعمل بكل اقتدار وحرفية.

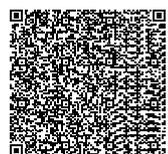


الخدمات المقدمة من المركز الاجتماعي



طلب إنشاء حساب
لمسؤول الجهة بالجامعة

أمسح هنا



الدليل الإرشادي للخدمة

أمسح هنا



طلب إنشاء حساب عالي
مناصت التواصل الاجتماعي

أمسح هنا



حصر حسابات الجهات
ومحاضر التسليم

أمسح هنا



طلب اغلاق حساب في
مناصت التواصل الاجتماعي

أمسح هنا

الخدمات المقدمة من المركز الإلكتروني



طلب نشر خبر

أمسح هنا



حسابات التواصل
الاجتماعي

أمسح هنا



طلب الظهور
الإعلامي

أمسح هنا



طلب تغطية
إعلامية

أمسح هنا



الخط الاتصالية

أمسح هنا



طلب اعتماد اعلان

أمسح هنا



احصائيات تقرير الإدخالات والاستخدامات لتذاكر الإدارة العامة للاتصال المؤسسي الخاص بالمركز الإعلامي

580

طلب تغطية اعلامية

357

طلب نشر خبر

196

اعتماد اعلان

42

حصر حسابات الجهات
ومحاضر التسليم

4

طلب انشاء حساب
على منصات التواصل
الاجتماعي

6

طلب الظهور الاعلامي

10

اغلاق حسابات

مبادرات المركز الإعلامي

م	المبادرة	وصف المبادرة	المؤشرات	المتحقق ٢٠٢٣
1	تطوير نماذج الخدمات	أتمته النماذج , وتحديد مسؤولي الخدمة, والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة	عدد النماذج المطورة	11
2	تطوير القدرات الاتصالية	تدريب وتأهيل الكوادر البشرية بتحسين نمط الخدمات الاتصالية المقدمة	عدد موظفي الإدارة الذين تم تدريبهم	30
3		تطوير قدرات أعضاء هيئة التدريس ومنسقي الخدمات الاتصالية في الجهات	عدد المنسقين الذين تم تدريبهم	50
4		تطوير قدرات منسقي تواصل على استخدام خدمات نظام تواصل	عدد منسقي تواصل الذين تم تدريبهم	80
5	دليل النشر الإعلامي	إعداد دليل للنشر الإعلامي في الموقع, ووسائل التواصل الاجتماعي	نسبة اكمال دليل النشر الإعلامي	100%
6	الابتكار الإعلامي	تطوير مواد إعلامية لتسويق المحتوى	نسبة زيادة عدد المشاهدات	80%
			نسبة زيادة عدد المتابعين	80%
7	الاستديو الإعلامي	تطوير المقابلات الإعلامية التسويقية للطلبة والموظفين وأعضاء هيئة التدريس	عدد المقابلات الإعلامية التي تم انتاجها	307
8	المرصد الإعلامي	رصد وأرشفة المواد الإعلامية وعمل التقارير حولها	اجمالي عدد المواد الإعلامية التي تم أرشفتها	300
9	تطوير الهوية البصرية	متابعة تطبيق الهوية البصرية وتطويرها	نسبة الامتثال للهوية البصرية	90%

منجزات المركز الإعلامي



إجمالي عدد التغريدات



إجمالي تفاعل الصحف
أبرز أخبار الجامعة



إجمالي عدد الأخبار



الظهور الإعلامي



إجمالي إعادة
التغريدات



إجمالي عدد
الصفحات



مكتبة الفيديو

أمسح هنا



مكتبة الصور

أمسح هنا



الملك الصحفي

أمسح هنا



إحصائية الإنتاج المرئي للمركز الإعلامي بجامعة أم القرى

عدد الأفلام
القصيرة

381



عدد الصور
الفوتوغرافية

10.894



عدد مرات التصوير
والنقل المباشر

10



عدد الأفلام
المتحركة

36



عدد التصاميم

720



الهوية البصرية



تمهيد الهوية البصرية



في عام ١٤٤٣هـ شهدت جامعة أم القرى مرحلة انتقالية تحويلية؛ حيث تواكب بخطتها الاستراتيجية ٢٠٢٧ الرؤية السعودية الطموحة ٢٠٣٠ ، وتسارع في تحقيق متطلبات سوق العمل من خلال: إعادة هيكلة البرامج الأكاديمية وتحديث الخطط الدراسية، والتحول المؤسسي ، والاعتمادات المحلية والدولية، والشهادات الاحترافية، والمشاريع البحثية والاستشارية؛ لتصل بهويتها اليوم لشعارها الجديد الذي يواكب متطلبات التصميم الحديث والتغيرات السريعة في العالم الرقمي، ويتجرد من التصميم اليدوي إلى تصميم متجدد وعصري يحتفظ بعراقة الماضي و أصالة التجديد ورمز الوطنية.

الخط الزمني لإطلاق الهوية البصرية



التسلسل الزمني لشعار جامعة أم القرى

 <p>جامعة أم القرى UMM AL-QURA UNIVERSITY</p> <p>1443هـ</p> <p>الرمز: حدود الكعبة وأمنارات، ورمز السيفين والنخلة النص: اسم الجامعة والوزارة اللون: لون موحد (أخضر) التحديث: اللون، الاستبدال الكامل بالرسم الهندسي. اعتماد رمزية كعب الكتاب إضافة رمز شعار المملكة</p>	 <p>المملكة العربية السعودية وزارة التعليم جامعة أم القرى</p> <p>1443-1436هـ</p> <p>الرمز: الكعبة وأمنارات وجبل حراء وكلمة (قرأ) النص: اسم الجامعة والوزارة اللون: لون موحد (أخضر، رمادي، فضي) التحديث: اللون، الاستبدال الجزئي بالرسم الهندسي</p>	 <p>المملكة العربية السعودية وزارة التعليم جامعة أم القرى</p> <p>1436-1401هـ</p> <p>الرمز: الكعبة وأمنارات وجبل حراء وكلمة (قرأ) النص: اسم الجامعة والوزارة اللون: متعدد الألوان داخل الشكل</p>	 <p>المملكة العربية السعودية وزارة التعليم العالي جامعة الملك عبد العزيز</p> <p>1401 - 1369هـ</p> <p>الرمز: السيفين والنخلة النص: اسم الكلية والوزارة اللون: لون واحد داخل الشكل (رمز شعار المملكة)</p>	 <p>كلية الشريعة معهد المعلمين كلية التربية وزارة التعليم العالي</p> <p>1369 - 1350هـ</p> <p>الرمز: السيفين والنخلة النص: اسم الكلية والوزارة اللون: متعدد الألوان داخل الشكل (رمز شعار المملكة)</p>
---	---	---	---	--

قصة شعار جامعة أم القرى



وجود رمز شعار المملكة العربية السعودية (السيفين والنخلة) يمثل انتماء الجامعة وسعيها لتحقيق رؤية المملكة العربية السعودية وتطلعاتها للارتقاء بالعملية التعليمية والبحث العلمي



تمثل الخطوط الثلاثة البارزة حدود الكعبة الشريفة والمنارات، وترمز إلى انطلاق الجامعة من عمقها الإسلامي



تمثل الأعمدة الخمسة قيم جامعة أم القرى

- التنوع والشمولية
- الريادة والابتكار
- الجودة والتميز
- الانتماء والمسؤولية
- الكفاءة والفعالية



جامعة أم القرى
UMM AL-QURA UNIVERSITY



تمثل خطوط الشعار شكل كعب الكتاب للتعبير عن المؤسسة التعليمية ودورها العلمي والأكاديمي

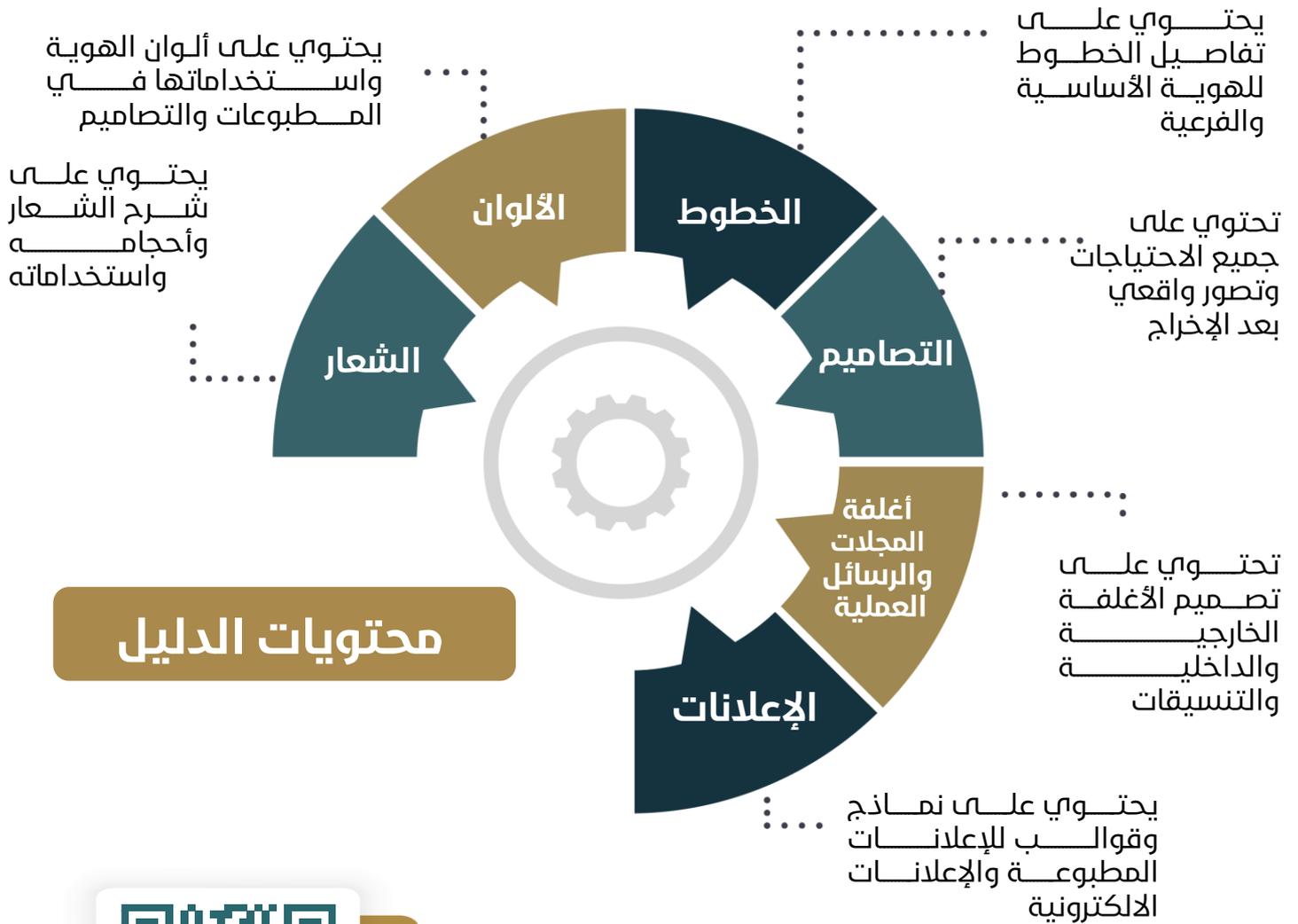


تم تصميم الشعار وفقاً للخطوط الخارجية لشعار جامعة أم القرى للحفاظ على عراقيتها

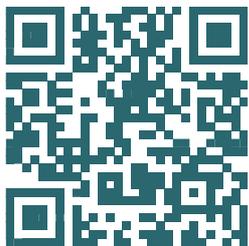
إجراءات العمل لمتابعة الهوية



دليل الهوية البصرية



محتويات الدليل



أمسح هنا

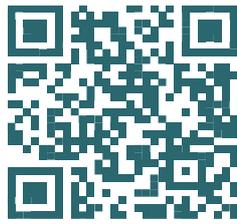
دليل الهوية
البصرية

الأدلة الإجرائية التنفيذية للهوية



هنا
أمسح

دليل طلب خدمة
قوالب اعلان مناقشة
علمية



هنا
أمسح

دليل طلب خدمة
شعار للجهة



هنا
أمسح

الدليل الارشادي
لمنصات التواصل
الاجتماعي



هنا
أمسح

دليل خدمة طلب
بنر الموقع الالكتروني



هنا
أمسح

دليل خدمة طلب
بنر تويتر الموحد

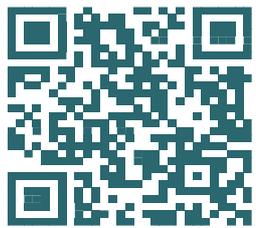
الدليل الاجرائي لحوكمة استخدام حسابات منصات التواصل
الاجتماعي والتعامل مع وسائل الاعلام في جامعة أم القرى



هنا
أمسح

الدليل الاجرائي لحوكمة
منصات التواصل الاجتماعي

الأدلة الموائمة للهوية مع المناسبات المحلية



أمسح هنا

صفحة الأدلة

الصفحة الرسمية للهوية البصرية



أضغط هنا



أمسح هنا

الهوية البصرية

خدمات تطوير الهوية البصرية

تم انشاء نماذج الكترونية لجميع الخدمات المتاحة بالهوية



أمسح هنا

صفحة خدمات
الهوية

تطبيقات الهوية البصرية الجديدة





إحصائيات الهوية البصرية

21

إصدار بنر الجهات
(صفحة)

60

إصدار بنر الجهات
(تويتر)

103

إصدار شعار الجهات
(باللغتين)

95

الاستفسارات تذاكر

20

تقرير الهوية الدوري

6

ورث العمل

5

انفوجرافيك شهري
(إحصائية)



معايير تقييم الامتثال للهوية البصرية

نسبة التقييم للامتثال للهوية البصرية للجهات تشمل
100% درجة يتم تقسيمها على المعايير كالتالي:-



للامتثال في قوالب
الإعلانات الصادرة من
الجهة



للامتثال في منصات
التواصل الاجتماعي
للجهة



للامتثال في الصفحة
الإلكترونية للجهة



للامتثال في ترشيح
منسق الاتصال من
الجهة

امتحانات الجهات للهوية البصرية

2023

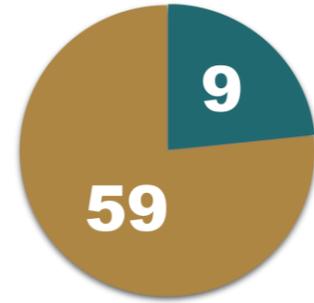
منسقين
الجهات

68

الجهات
الممتثلة

59

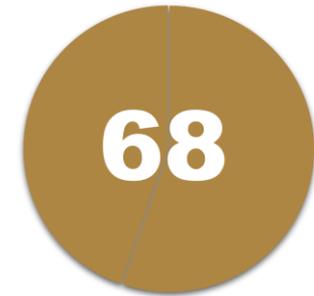
نسبة
الامتحان العام



ممتثل
غير ممتثل

95%

نسبة
الامتحان للمنسقين



ممتثل
غير ممتثل

100%

مؤشر الاداء



الحملة الإعلامية



الحملات الإعلامية

يوم المسؤولية
المجتمعية

حملة لنجعلها
خضراء

حملة تعريفية عن
مشروع السجل
السعودي
للمتبرعين بالخلايا
الجذعية

اليوم العالمي
لكبار السن
(بركة الدار)

الخطة التوعوية
كفاءة الطاقة

حملة مكافحة
الفساد

حملة حياتك تفرق

حملة توعوية عن
سرطان الثدي
رايتك وردية

اليوم العالمي
لمكافحة التبغ

حملة احتاجك
(للتوعية من مرض
ألزهايمر)

حملة العودة
للدراصة

حملة الدفاع
المدني الوقاية
أمان

حملة التوعوية
لنظام حماية
البيانات الشخصية
ونفاذ النظام



صور من الحملات الإعلامية





وحدة التسويق



نبذة عن وحدة التسويق الجامعي



عمدت الإدارة العامة للاتصال المؤسسي في جامعة أم القرى إلى عمل خطة تسويقية ، وذلك لتسهيل عملية الوصول إلى الخدمات المقدمة للمستخدمين من خلال القنوات الرسمية المعتمدة لدى مركز رعاية المستخدمين. ومحاولة الوصول للمستخدمين من خلال أبسط الطرق الممكنة لذلك والمحقة لرضى المستخدم الداخلي والخارجي.

الخدمات المقدمة من وحدة التسويق



أمسح هنا

طلب دليل
تسويقي والرعايات



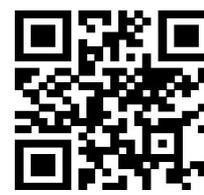
أمسح هنا

طلب تقديم
خدمات للجامعة



أمسح هنا

نموذج تسويق
خدمات غير مدفوعة



أمسح هنا

نموذج تسويق
خدمات مدفوعة

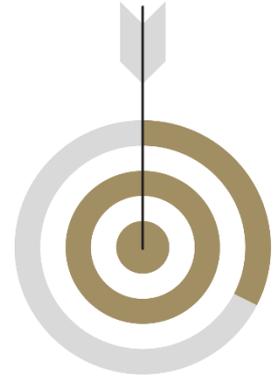
أهداف التسويق



دراسة احتياجات
المستخدمين وآلية
التفاعل معها وتحقيقها.



ترويج وسائل التواصل
الرسمية للمستخدمين داخلياً
وخارجياً.



تسهيل وصول المستخدم
للخدمة.



قياس رضا المستخدمين
من الخدمات.



تقييم وتقويم الخدمات
المقدمة للمستخدمين.

أهمية الخطة التسويقية

تعزيز الوعي بالأهمية الاستراتيجية لجامعة أم القرى.

تساعد في تعريف المستفيدين على القواعد والأنظمة المتبعة في الحرم الجامعي ، والجهات المسؤولة عن تقديم الخدمات المتنوعة.

توضح خطة عمل الجامعة ودورها الرائد في تقديم الخدمات العلمية والبحثية والاستشارية والمجتمعية للمستفيدين.

تساهم في التعريف بالجامعة ، وتقديم معلومات كافية ووافية حولها وحول كادرها التدريسي والتخصصات التي تدرسها .

تظهر نقاط القوة للجامعة في التواصل مع المجتمع الداخلي والخارجي ومدى عمق وجودة الخدمات المقدمة للمستفيدين من خلالها.

زيادة جذب المستفيدين إلى خدمات الجامعة.

توظيف التقنية في خدمات المستفيدين.

استقطاب المزيد من العملاء .

الأنشطة التسويقية

المشاركة في
الفعاليات والمناسبات
المحلية والدولية

تأسيس قواعد بيانات
المستخدمين من الأفراد
والجهات داخلياً
وخارجياً

الزيارات المركزة للجهات
الخارجية لعرض
الخدمات المقدمة
للمستخدمين

عقد اللقاءات التثقيفية
والتوعوية وورش العمل
عن آلية تقديم الخدمات
المتنوعة للمستخدمين

دعوة واستقبال
الجهات ذات العلاقة
بخدمات المستخدمين
داخلياً وخارجياً

تطوير منصة تقديم
الخدمة وقياس الرضا
عنها دورياً وسنوياً

أنواع قنوات التسويق لخدمات المستفيدين

التسويق المزدوج

الستخدم
التسويق المباشر
وغير المباشر

التسويق غير المباشر

من خلال قنوات
التسويق
الإلكترونية

التسويق المباشر

العرض والطلب
وجهاً لوجه مع
المستفيدين

آلية التسويق لخدمات جامعة أم القرى من خلال طلب الجهات الداخلية والخارجية

تنفيذ
الخطة

أخذ الموافقة
من صاحب
الصلاحية

الاجتماع
مع صاحب
الخطة

عرض الطلب
على وحدة
التسويق

استلام
الطلب من
الاتصال

الطلب
من
الجهة

إحصائيات وحدة التسويق

6

عدد طلب تقديم
خدمات للجامعة

3

عدد الأدلة
التسويقية

5

عدد الخطط
التسويقية





جامعة أم القرى
UMM AL-QURA UNIVERSITY

مركز رعاية المستفيدين



نبذة عن مركز رعاية المستفيدين



يسعى المركز إلى تلبية احتياجات المستفيدين من خلال الرد على استفساراتهم واستقبال متطلباتهم وتقديم مقترحاتهم في صورة اتصالية مترابطة بين الجمهور والجامعة ، وذلك عبر خدمات الكترونية حديثة ذات جودة عالية و التي بدورها تعكس دور الجامعة وأهدافها المستقبلية و تساهم في تعزيز دورها المؤسسي المنشود.

خدمات المنسقين

الخدمات المقدمة من مركز رعاية المستفيدين



الدعم للمنسقين

أمسح هنا



الأدلة

أمسح هنا

الخدمات الإلكترونية

الخدمات المقدمة من مركز رعاية المستفيدين



زيارة مستفيد

أمسح هنا



للمقترحات

أمسح هنا



للشكاوى

أمسح هنا



للاستفسارات

أمسح هنا



تقييم خدمة

أمسح هنا



طلب مقابلة مسؤول

أمسح هنا



إحصائيات تقرير الإدخالات والاستخدامات لتذاكر الإدارة العامة للاتصال المؤسسي الخاص بمركز رعاية المستفيدين

109

نموذج زيارة مستفيد

11

نموذج دعم المنسقين

5013

نموذج مقابلة مسؤول

32

نموذج الاستفسارات

61

نموذج المقترحات

237

نموذج طلب مساعدة

13869

نموذج الشكاوي

مبادرات مركز رعاية المستفيدين

م	المبادرة	وصف المبادرة	المؤشرات	المتحقق ٢٠٢٣
1	تطوير نماذج الخدمات	أتمته النماذج ، وتحديد مسؤولي الخدمة، والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة	عدد النماذج المطورة	14
2	تطوير القدرات الاتصالية	تدريب وتأهيل الكوادر البشرية بتحسين نمط الخدمات الاتصالية المقدمة	عدد موظفي الإدارة الذين تم تدريبهم	30
3		تطوير قدرات أعضاء هيئة التدريس ومنسقي الخدمات الاتصالية في الجهات	عدد المنسقين الذين تم تدريبهم	50
4		تطوير قدرات منسقي تواصل على استخدام خدمات نظام تواصل	عدد منسقي تواصل الذين تم تدريبهم	80
5	تحسين تجربة المستفيد	العمل على قياس رضا المستفيدين والوقوف على الاحتياجات ونقاط الضعف والقوة ورصد المقترحات ودراستها وتطبيقها	نسبة رضا العملاء عن الخدمات المقدمة في الإدارة العامة للاتصال المؤسسي	%90
6	الحملة التعريفية لخدمات مركز رعاية المستفيدين	مجموعة من الأنشطة والممارسات والزيارات للتعريف بخدمات المركز	عدد الأنشطة التعريفية لمركز رعاية المستفيدين	10

منجزات مركز رعاية المستفيدين



الواتس ويب



التذاكر الالكترونية



استقبال
المستفيدين



إبلاغ مستفيد



انشاء معاملة في
مسار



البريد الالكتروني



تويتر



خدمات السنترال



منصة تواصل

الإجمالي 141731

منظومة قياس رضا المستفيدين
من خدمات جامعة أم القرى



المقدمة

تسعى جامعة أم القرى من خلال رؤيتها الطموحة إلى أن تكون بيئة تعليمية وبحثية عالمية متميزة في التعليم والبحث والابتكار بما يحقق الاقتصاد المعرفي وخدمة المجتمع؛ وتحرص الجامعة على إشراك المستفيدين من خدماتها من خلال قياس مستوى الرضا، والأخذ بأرائهم في تحسين الخدمات بما يضمن جودتها وتميزها.

مفهوم المنظومة



تعد منظومة قياس الرضا وتحسين تجربة المستفيدين من خدمات جامعة أم القرى؛ الواجهة الإدارية لتجربة العملاء داخلياً وخارجياً مع الخدمات المقدمة من جامعة أم القرى. وهي عبارة عن عملية متكاملة تبدأ باستطلاع التوقعات، مروراً بالتفاعل والإشراك، وانتهاءً بالتقييم، ثم التقويم.

كما تعد المنظومة مكون أساسي من مكونات الخطة الاستراتيجية لجامعة أم القرى والتي تضمن إشراك المستفيدين من خدمات الجامعة داخلياً وخارجياً، وضمان قياس تفاعلهم مع الخدمة وتطلعاتهم فيها.

أهداف المنظومة



التعرف على مستوى رضا
المستفيدين عن الخدمات
المقدمة في الجامعة.



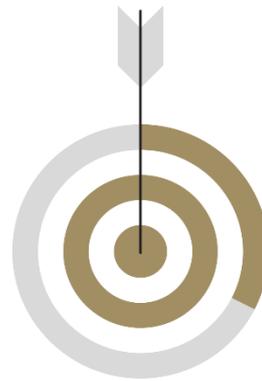
إشراك المستفيدين في صنع
القرار من خلال الأخذ بآرائهم
لتعديل نواحي الضعف وتعزيز
نقاط القوة.



تقييم الخدمات المقدمة من
الجامعة في مسارات مختلفة
ومتعددة، ورصد الأراء حولها.



تحسين منظومة الخدمات بما
يحقق تطلعات المستفيدين
ويرفع مستوى رضاهم



تكوين بيانات سليمة وصادقة
تعكس التفاعل الحقيقي
للمستفيدين، بحيث يمكن تحليلها
وتوظيفها لبناء التقارير الاحصائية
والوصفية حول تجربة المستفيد

أهمية المنظومة

التعرف على مستوى رضا المستخدمين عن الخدمات المقدمة في الجامعة.

إشراك المستخدمين في صنع القرار من خلال الأخذ بأرائهم لتعديل نواحي الضعف وتعزيز نقاط القوة.

تقييم الخدمات المقدمة من الجامعة في مسارات مختلفة ومتعددة، ورصد الآراء حولها.

تكوين بيانات سليمة وصادقة تعكس التفاعل الحقيقي للمستخدمين، بحيث يمكن تحليلها وتوظيفها لبناء التقارير الإحصائية والوصفية حول تجربة المستخدم.

تحسين منظومة الخدمات بما يحقق تطلعات المستخدمين ويرفع مستوى رضاهم.

مرتكزات المنظومة



برنامج تنمية القدرات
البشرية.



برنامج تحسين جودة
الحياة.



رؤية السعودية
٢٠٣٠



جامعة أم القرى
UMM AL-QURA UNIVERSITY

خطة جامعة أم القرى
الاستراتيجية ٢٠٢٧.



وزارة التعليم
Ministry of Education

خطة وزارة التعليم
وتوجهاتها الاستراتيجية.



خطة إمارة منطقة مكة
المكرمة وتوجهاتها
الاستراتيجية.

المستفيدون من خدمات الجامعة

المستفيد الخارجي



المستفيد الداخلي



وسائل القياس المستخدمة في المنظومة

منصة تواصل



وسائل التواصل الاجتماعي



الموقع الإلكتروني



استقبال الاتصالات الهاتفية على أرقام سنترال الجامعة الرئيسة



الاستقبال المباشر للعملاء في مقر مركز رعاية المستفيدين



البريد الإلكتروني



طرق القياس المستخدمة في المنظومة

من حيث آلية القياس

الطرق المباشرة العامة



الطرق غير المباشرة والضمنية



حيث المواجهة للعميل

الاستبيانات الالكترونية



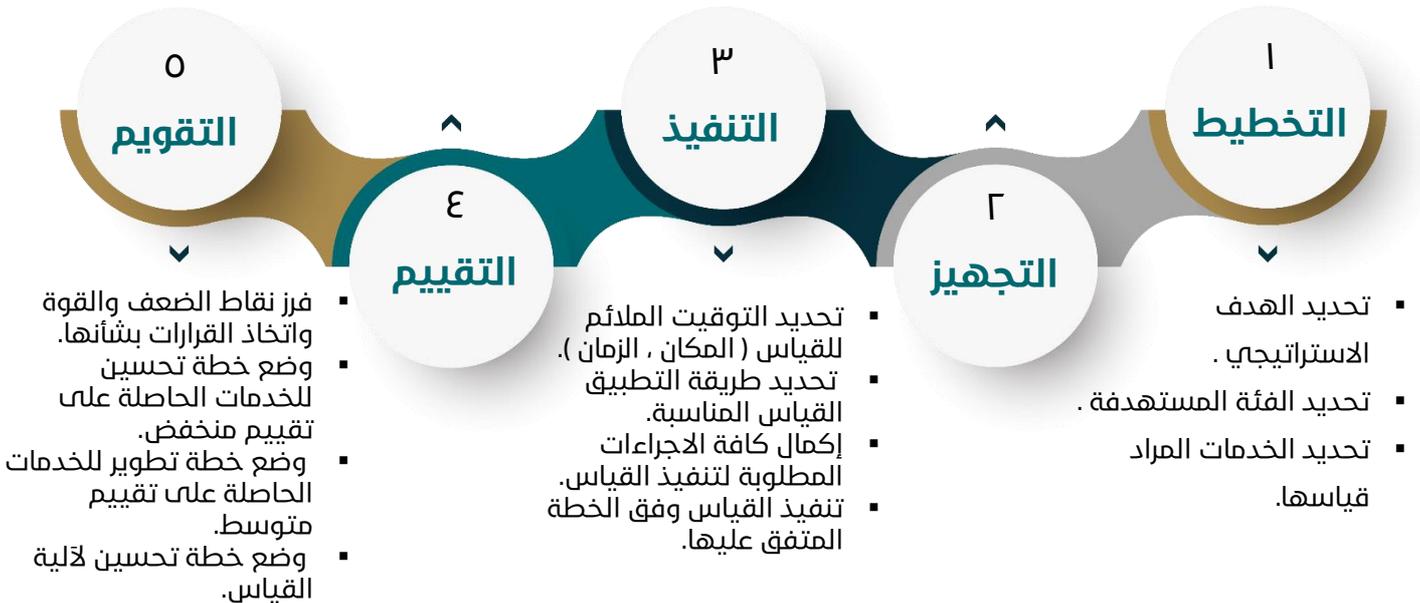
المقابلات الشخصية



آلية القياس

من العلاقة السابقة يتضح أن المنظومة هي عملية انعكاس لمدى تحقيق أهداف الجامعة الاستراتيجية من خلال الخدمات المقدمة ومستوى جودتها وآلية تحسينها وتطويرها .

- تجهيز الاستبيان المتوافق مع نوع الخدمة المراد قياسها والملائم للفئة المستهدفة المقاس رأيها.
- تحديد آلية الإجابة.
- تحديد آلية التقييم.
- تحديد تعليمات الإجابة وشرح طريقتها.
- مراجعة اكتمال البيانات.
- تحليل البيانات.
- اظهار النتيجة النهائية وتقديم التقرير.



ملخص مؤتمرات ٢٠٢٢م - ٢٠٢٣م

م	اسم المؤتمر	نوع المؤتمر	نوع المشاركة	تاريخ انعقاد المؤتمر	مدة المؤتمر	مكانها
١	مؤتمر التعليم الدولي ٢٠٢٢م	دولي	مشاركة	١٤٤٣/١٠/٧	٤	مركز الرياض الدولي للمؤتمرات والمعارض
٢	المؤتمر السعودي الدولي الخامس للسلامة و الصحة المهنية بالتزامن مع المؤتمر العربي الرابع ٢٠٢٢م	دولي	مشاركة	١٤٤٣/٠٣/٧	٣	مركز الرياض الدولي للمؤتمرات والمعارض
٣	معرض التعليم الدولي نسخة الثامنة عشرة (مركز اكسبو بالشارقة)	دولي	مشاركة	١٤٤٤/٠٣/٢٣	٤	الامارات العربية المتحدة - مركز اكسبو بالشارقة
٤	مؤتمر مكة الدولي لطب الأسنان	دولي	مستضيف + مشاركة	١٤٤٤/٠٣/٢٤	٣	قاعة الملك عبدالعزيز التاريخية و المساندة (٢+١) و قاعة الملك سعود وقاعة الملك فيصل
٥	المعرض الطلابي (إنجازات الملك سلمان)	محلي	منظم	١٤٤٤/٠٤/٠٦	١	قاعة الملك سعود الكبرى
٦	مؤتمر وملتقى اليوم العالمي للسكرك لعام ٢٠٢٢م	محلي	مستضيف + مشاركة	١٤٤٤/٠٤/١٢	٨	قاعة الملك عبدالعزيز التاريخية و المساندة (٢+١) و قاعة الملك سعود
٧	مؤتمر الشراكات المستدامة (البحث والابتكار نحو اقتصاد مزدهر)	دولي	مشاركة	١٤٤٤/٠٤/٢٩	٢	فندق الريتز كارلتون بالرياض
٨	المؤتمر الوطني الخامس لكليات الحاسب الآلي بالجامعات السعودية	محلي	منظم	١٤٤٤/٥/٢٧	٢	قاعة الملك سعود بالجامعة
٩	مؤتمر ومعرض خدمات الحج و العمرة (اكسبو الحج)	دولي	مشاركة	١٤٤٤/٦/١٦	٤	القبة الكبرى (جدة)
١٠	الملتقى العلمي الثاني والعشرون لبحاث الحج والعمرة والزيارة	محلي	منظم	١٤٤٤/٦/٢٩	٢	قاعة الملك عبدالعزيز التاريخية و المساندة (٢+١)
١١	مؤتمر الطرق الحديثة لرفع الكفاءة و الجودة في خدمات طب الاسنان	دولي	منظم	١٤٤٣/١٠/١٧	٢	قاعة الملك عبدالعزيز التاريخية و المساندة (٢+١)
١٢	المؤتمر الدولي الهندسي للطاقة والبيئة	دولي	منظم	١٤٤٣/٠٨/١٤	٤	افتراضياً
١٣	مؤتمر دراية الوطني	محلي	مشاركة	١٤٤٤/٦/١١	٣	جده دوم
١٤	مؤتمر الإعاشة الدولي الأول	دولي	مشاركة	١٤٤٤/١٠/٢٥	٤	غرفة مكة التجارية
١٥	المعرض الدولي للقطاع غير الربحي و الأوقاف	دولي	مشاركة	١٤٤٤/١٠/٧	٣	فندق هيلتون - الرياض



جامعة أم القرى
UMM AL-QURA UNIVERSITY

صور مؤتمرات ٢٠٢٢م - ٢٠٢٣م











جامعة أم القرى
UMM AL-QURA UNIVERSITY

الموقع الإلكتروني: <https://uqu.edu.sa/> 

قنوات التواصل الاجتماعي: @uqu_edu 

البريد الإلكتروني: cscenter@uqu.edu.sa 

سنترال الجامعة: 0125501000 - 0125270000 - 0125426222 

خدمة الواتساب أب: +966125542487 