

قطعة الاتصال لاستراتيجية الجامعة



استراتيجية الجامعة 2030
University Strategy 2030
الإصدار الأول لعام 2024-1445

الملخص التنفيذي

استنادًا إلى استراتيجية جامعة الملك خالد المتوائمة مع استراتيجية تطوير منطقة عسير، والتي تركز على وضوح أهدافها والمبادرات الفاعلة التي تترجم هذه الأهداف إلى واقع فعلي، وحركة تطوير شاملة، يتعين بناء خطة اتصال متسقة وواضحة تدعم استراتيجية الجامعة وتوجهاتها. هذه الخطة تعتبر حلقة وصل بين جميع الفاعلين في الخطة الاستراتيجية، من خلال عمليات نشر الوعي، وتوضيح الأهداف المحددة، حيث تُظهر الخطة الأدوار والجهات المشاركة، وتحديد قنوات الاتصال للوصول إلى الجهات المعنية، وتعريف التحديات التي يجب التعامل معها لتحقيق أقصى قدر من نشر الوعي بالخطة، وأهمية المشاركة في دعم تنفيذها.

تعمل خطة الاتصال على ضمان تلقي جميع منسوبي الجامعة، وأصحاب المصلحة، والأطراف المعنية المعلومات ذات الصلة في الوقت المناسب، بهدف خلق الوعي، وترسيخ الانطباع الإيجابي حول مشاريع بناء وتنفيذ الخطة الاستراتيجية. بالإضافة إلى ذلك، يتم استخدام هذه المعلومات بفعالية لاتخاذ قرارات مستنيرة وصائبة في الوقت المناسب، مع التركيز على تحقيق النجاح.

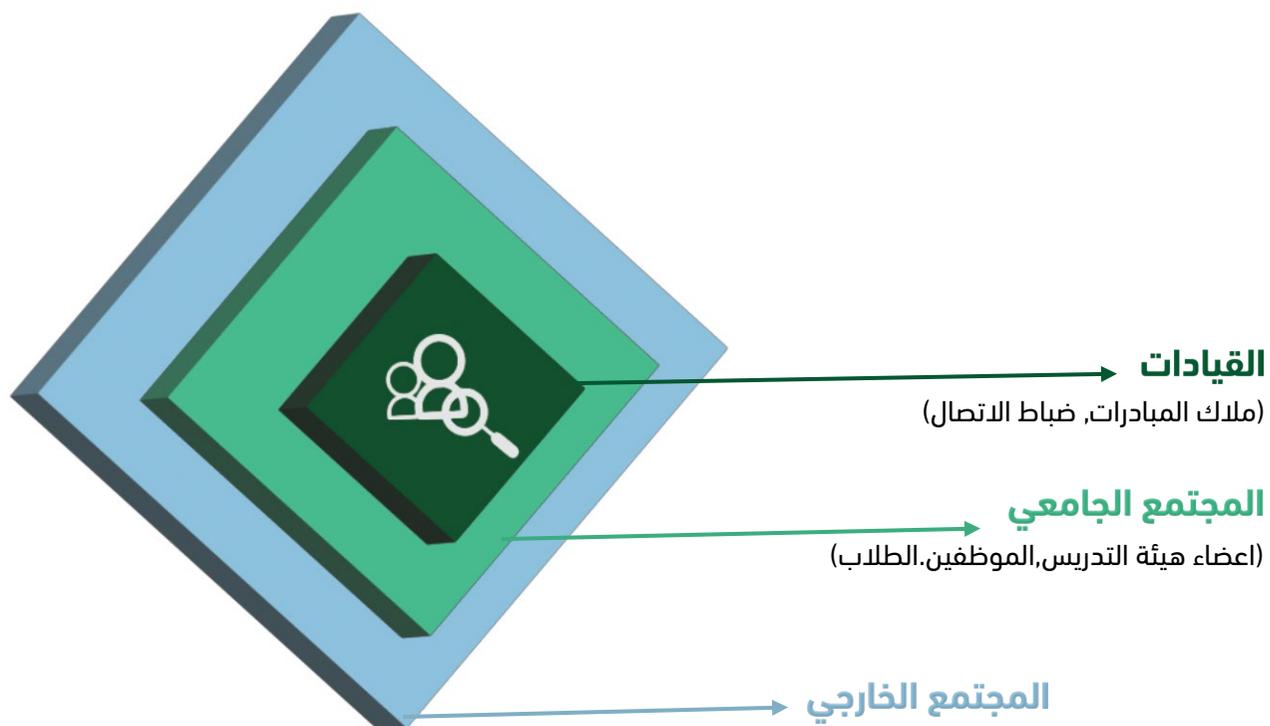


أهداف خطة الاتصال الاستراتيجي:

- دعم تنفيذ استراتيجية جامعة الملك خالد ٢٠٣٠. من خلال دعم الهوية، وتعزيز الثقة والسمعة المؤسسية للجامعة.
- نشر الوعي باستراتيجية الجامعة وأهدافها ومبادراتها ودورها الفعال في الحراك التطويري للجامعة.
- إنشاء قنوات اتصال فعالة مع كافة الجهات المعنية باستراتيجية الجامعة ٢٠٣٠.
- استقطاب الداعمين والشركاء الاستراتيجيين من خلال التعريف بمشاريع الجامعة الاستراتيجية.
- إبداء قدر عالٍ من الشفافية في إطلاع الجهات المعنية بتوجيهات الجامعة الاستراتيجية، ونتائج تنفيذ المبادرات والمشاريع الاستراتيجية.
- توطيد صورة الجامعة في المجتمع كجهة فاعلة تسهم في ازدهار المجتمع وبنائه وتطوير أفراد.



الفئات المستهدفة في دليل الاتصال الاستراتيجي لعام 2024:



العناصر الرئيسية لدليل الاتصال

في دليل الاتصال ولأي اتصال مع أصحاب المصلحة، عادة ما نركز على المتغيرات التالية:

- **الجمهور المستهدف.** مع من نريد أن نتواصل؟ من هم الأفراد أو المنظمات الذين نريد أن نتواصل معهم لعلاقتهم بشكل أو آخر بتنفيذ الخطة الاستراتيجية، أو بنتائج تنفيذها؟
- **الهدف من الاتصال.** تحديد لماذا نحتاج للاتصال بالجمهور المستهدف؟ وما هي أهمية الاتصال مع الجمهور المستهدف وإيصال معلومات إليهم حول تنفيذ الخطة الاستراتيجية؟
- **آلية الاتصال.** ماهي الألية الأكثر ملاءمة للتواصل مع الجمهور المستهدف بشكل يضمن وصول وترسيخ الرسالة المرسله. وقد تتغير آلية إيصال نفس الرسالة بتغير الجمهور المستهدف.
- **توقيت الاتصال.** تحديد تاريخ محدد للاتصال، ووضع جدول لجميع مهام الاتصال، والتحضير للاتصال بشكل مسبق بتجهيز الرسائل والتقارير والمعلومات التي سيتم مشاركتها مع الجمهور المستهدف.



الخطة التنفيذية للاتصال الاستراتيجي لعام ٢٠٢٤:

المشروع الأول: تطوير صفحة إلكترونية على موقع الجامعة عن استراتيجية الجامعة 2030

<p>الجميع من داخل وخارج الجامعة.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ضمان أن يكون الجميع على دراية بطبيعة استراتيجية الجامعة وأهميتها. • ضمان استمرار توعيتهم بالإنجازات والتطورات التي تحققها استراتيجية الجامعة. • نقل صورة إيجابية حول استراتيجية الجامعة إلى المجتمع الخارجي. • تمكين التواصل مع فريق الإدارة الاستراتيجية من خلال نشر الإيميل الرسمي في صفحة الخطة الاستراتيجية. 	<p>الجمهور المستهدف</p> <p>الهدف من الاتصال</p>
<p>تصميم بوابة إلكترونية على موقع الجامعة تعكس مكونات الخطة الاستراتيجية وإنجازاتها وتمكن من التواصل مع إدارة الاستراتيجية.</p>	<p>آلية الاتصال</p>
<p>النصف الأول لعام ٢٠٢٤.</p>	<p>توقيت الاتصال</p>
<p></p>	<p>تاريخ إنجاز المشروع</p>
<ul style="list-style-type: none"> • إجراء استبانة تقيس مدى معرفة الجمهور المستهدف بأهمية استراتيجية الجامعة. • مراقبة مستوى تفاعل الجمهور المستهدف مع مشاريع تنفيذ الاستراتيجية. • الاستماع الى آرائهم ومقترحاتهم. 	<p>آليات التغذية الراجعة</p>



خطوات تنفيذ المشروع

١	مقارنة الصفحة مع مواقع القياس: رؤية ٢٠٣٠، هيئة تطوير عسير.
٢	تجهيز الأدلة المرجعية لصفحة الخطة الاستراتيجية.
٣	رسم خريطة الموقع لهيكل الصفحات.
٤	إعداد المحتوى.
٥	تحضير المصادر البصرية للصفحة.
٦	تنفيذ التصميم الجرافيكي للصفحات.
٧	مراجعة التصميم، واتخاذ الإجراءات المطلوبة.



المشروع الثاني: الحملات التسويقية والإعلانية

الجمهور المستهدف	منسوبو الجامعة.
الهدف من الاتصال	<ul style="list-style-type: none"> • إحاطة منسوبي الجامعة بالمستجدات المهمة في تنفيذ الخطة الاستراتيجية. • توضيح التوجهات المستقبلية للخطة الاستراتيجية وأدوارهم في تفعيلها. • طمأنتهم حول مستقبلهم مع الجامعة من خلال تنفيذ الخطة الاستراتيجية. • نقل صورة إيجابية حول استراتيجية الجامعة.
آلية الاتصال	الحملات التسويقية والإعلانية بشكل دوري؛ من خلال رسائل البريد الإلكتروني، وخلفيات الأجهزة وشاشات التوقف.
توقيت الاتصال	النصف الأول لعام ٢٠٢٤.
تاريخ إنجاز المشروع	
آليات التغذية الراجعة	<ul style="list-style-type: none"> • إجراء استبانة تقيس مدى معرفة الجمهور المستهدف بأهمية استراتيجية الجامعة.

خطوات تنفيذ المشروع

١	إعداد محتوى الحملة التسويقية والإعلانية عن استراتيجية الجامعة.
٢	تصميم محتوى الحملة للتوعية عن استراتيجية الجامعة.
٣	البدء في إطلاق رسائل الإيميل بشكل دوري لمنسوبي الجامعة.



المشروع الثالث: الإعلانات الرقمية

منسوبو الجامعة.	الجمهور المستهدف
<ul style="list-style-type: none"> • ضمان أن يكون الجميع على دراية بطبيعة استراتيجية الجامعة وأهميتها. • توضيح التوجهات المستقبلية للخطة الاستراتيجية وأدوارهم في تفعيلها. • نقل صورة إيجابية حول استراتيجية الجامعة. 	الهدف من الاتصال
إعلانات رقمية داخل الحرم الجامعي والفروع.	آلية الاتصال
النصف الأول لعام ٢٠٢٤.	توقيت الاتصال
	تاريخ إنجاز المشروع
<ul style="list-style-type: none"> • إجراء استبانة تقيس مستوى فهم ووعي الجمهور المستهدف باستراتيجية الجامعة وأهميتها. 	آليات التغذية الراجعة

خطوات تنفيذ المشروع

إعداد محتوى الشاشات واللوحات الإعلانية.	١
تصميم المحتوى لعرضه على الشاشات واللوحات الإعلانية عن استراتيجية الجامعة في مختلف فروع الجامعة.	٢



المشروع الرابع: تنظيم مسابقة تصميم عن أهمية استراتيجية الجامعة

الطلاب	الجمهور المستهدف
<ul style="list-style-type: none"> • تعزيز وعي الجمهور المستهدف حول استراتيجية الجامعة وأهميتها. • تشجيع المشاركة الفعالة، والانخراط في التوعية حول استراتيجية الجامعة. • ضمان فهم الجميع لكيفية تحقيق أهداف الخطة الاستراتيجية، وتنفيذ مبادراتها. 	الهدف من الاتصال
تنظيم مسابقة تصميم عن أهمية استراتيجية الجامعة في تطوير مخرجات الجامعة بالتعاون مع عمادة شؤون الطلاب.	آلية الاتصال
النصف الأول لعام ٢٠٢٤.	توقيت الاتصال
	تاريخ انجاز المشروع
<ul style="list-style-type: none"> • إجراء استبانة تقيس مدى معرفة الجمهور المستهدف بأهمية استراتيجية الجامعة. • إجراء استبانة تقيس مدى رضا الجمهور المستهدف عن المسابقة. 	آليات التغذية الراجعة

خطوات تنفيذ المشروع

إعداد محتوى وملخص عن استراتيجية الجامعة لتعميمه بين الطلاب.	١
إعداد آلية المسابقة والسياسة والشروط .	٢
تصميم الإعلان للمسابقة.	٣
العمل على إنجاز المسابقة، وإنهائها، وتحديد الفائز.	٤
تعميم التصميم الفائز على أحد الكوفى شوبز لاعتماده على حاملات أكواب القهوة، وإطلاقه فى أسبوع الاستراتيجية.	٥



المشروع الخامس: أسبوع الاستراتيجية

الجمهور المستهدف	منسوبو الجامعة.
الهدف من الاتصال	<ul style="list-style-type: none"> التأكد من فهم الجمهور المستهدف لاستراتيجية الجامعة، وتعزيز الوعي حول أهميتها. تشجيع المشاركة الفعالة، والانخراط في التوعية حول الخطة الاستراتيجية. ضمان فهم الجميع لكيفية تحقيق أهداف الخطة الاستراتيجية، وتنفيذ مبادراتها.
آلية الاتصال	تخصيص أسبوع الاستراتيجية المتوافق مع تاريخ تدشين استراتيجية الجامعة، حيث يشمل ندوات وفعاليات ودعوة مختصين في الاستراتيجية.
توقيت الاتصال	النصف الثاني لعام ٢٠٢٤ .
تاريخ إنجاز المشروع	
آليات التغذية الراجعة	<ul style="list-style-type: none"> إجراء استبانة تقيس مدى معرفة الجمهور المستهدف بأهمية استراتيجية الجامعة. إجراء استبانة تقيس مدى رضا الجمهور المستهدف من البرامج المقدمة.

خطوات تنفيذ المشروع

١	إقامة حملة إعلانية عن استراتيجية الجامعة في الشاشات الرقمية، واللوحات الإعلانية في جميع فروع الجامعة.
٢	استضافة مختصين في الاستراتيجية لتقديم ندوات عن أهمية التخطيط الاستراتيجي للجامعة.
٣	تكريم الطالب/ة الفائز في مسابقة أفضل تصميم يعكس أهمية استراتيجية الجامعة، بالتزامن مع إطلاق التصميم في أحد الكوفي شوبز.



المشروع السادس: الشراكات والتسويق

الجمهور المستهدف	منسوبو الجامعة.
الهدف من الاتصال	<ul style="list-style-type: none"> • تعزيز وعي الجمهور المستهدف حول استراتيجية الجامعة وأهميتها. • تشجيع المشاركة الفعالة، والانخراط في التوعية حول الخطة الاستراتيجية.
آلية الاتصال	الشراكات والتسويق مع الكوفيات، والجهات المستثمرة داخل الجامعة، من خلال اعتماد QR code على الأكواب، أو علب التقديم لموقع الاستراتيجية.
توقيت الاتصال	النصف الثاني لعام ٢٠٢٤ .
تاريخ إنجاز المشروع	
آليات التغذية الراجعة	<ul style="list-style-type: none"> • إجراء استبانة تقيس مدى معرفة الجمهور المستهدف بأهمية استراتيجية الجامعة.

خطوات تنفيذ المشروع

١	التواصل مع الجهات المستثمرة بالجامعة والتنسيق معهم لإضافة QR code لموقع الاستراتيجية على أكواب / علب / أكياس التقديم.
٢	إعداد محتوى، وتصميم الكود وتعميمه على الجهات المستثمرة.



المشروع السابع: المعارض الصغيرة المتنقلة

الجمهور المستهدف	منسوبو الجامعة.
الهدف من الاتصال	<ul style="list-style-type: none"> التأكد من فهم الجمهور المستهدف لأدوارهم، وتعزيز الوعي حول مستويات الأداء والإنجاز المطلوبة. تشجيع المشاركة الفعالة، والانخراط في التوعية حول الخطة الاستراتيجية. ضمان فهم الجميع لكيفية تحقيق أهداف الخطة الاستراتيجية، وتنفيذ مبادراتها. نقل صورة إيجابية حول استراتيجية الجامعة.
آلية الاتصال	إطلاق معارض صغيرة في مختلف فروع الجامعة لتعزيز الوعي بأهمية استراتيجية الجامعة؛ عن طريق استعراض أهم المشاريع والإنجازات التي حققتها الجامعة.
توقيت الاتصال	النصف الثاني للعام ٢٠٢٤.
تاريخ إنجاز المشروع	
آليات التغذية الراجعة	<ul style="list-style-type: none"> إجراء استبانة تقيس مدى معرفة الجمهور المستهدف بأهمية استراتيجية الجامعة.

خطوات تنفيذ المشروع

١	جلسات عصف ذهني، وتقديم مقترحات في تنفيذ وإعداد المعارض .
٢	إعداد محتوى المعارض ، وتجهيز محتوى المادة المقدمة في المعارض.
٣	إعداد حملة إعلانية مكثفة للترويج للمعارض ، وما تقدمه لمنسوبي الجامعة .
٤	تصميم الإعلان عن البوثات، وتصميم البروشورات عن استراتيجية الجامعة وأهم إنجازاتها.



المشروع الثامن: ورش عمل موجة لجهات الإسناد الرئيسية في الاستراتيجية

الجمهور المستهدف	جهات الإسناد الرئيسية
الهدف من الاتصال	<ul style="list-style-type: none"> التأكد من فهم الجمهور المستهدف لأدوارهم، وتعزيز الوعي حول مستويات الأداء والإنجاز المطلوبة. تشجيع المشاركة الفعالة، والانخراط في التوعية حول الخطة الاستراتيجية. ضمان فهم الجميع لكيفية تحقيق أهداف الخطة الاستراتيجية، وتنفيذ مبادراتها.
آلية الاتصال	تنظيم ورش عمل توعوية موجهة لجهات الإسناد المرتبطة بشكل مباشر بتنفيذ استراتيجية الجامعة.
توقيت الاتصال	النصف الثاني للعام ٢٠٢٤ / تنفيذ عدد مجموعتين مكثفة وتدريب.
تاريخ إنجاز المشروع	
آليات التغذية الراجعة	<ul style="list-style-type: none"> إجراء استبانة تقيس مدى معرفة الجمهور المستهدف بأهمية استراتيجية الجامعة. إجراء استبانة تقيس مدى رضا الجهات المستهدفة من ورش العمل المقدمة.

خطوات تنفيذ المشروع

١	تنظيم مجموعات مكثفة تهدف إلى دراسة مواضع الضعف، وتحديد احتياجات كل جهة إسناد قبل تنفيذ محتوى التوعية الخاص بها.
٢	تلخيص الصعوبات التي تواجه جهات الإسناد بالجامعة.
٣	تحديد المحتوى التدريبي للجهات بناء على احتياجاتهم لتنفيذ المبادرات الاستراتيجية الموكلة لهم.



المشروع التاسع: ورش عمل توعوية حول الاستراتيجية

الجمهور المستهدف	منسوبو الجامعة.
الهدف من الاتصال	<ul style="list-style-type: none"> التأكد من فهم الجمهور المستهدف لأدوارهم، وتعزيز الوعي حول مستويات الأداء والإنجاز المطلوبة. تشجيع المشاركة الفعالة، والانخراط في التوعية حول الخطة الاستراتيجية. نقل صورة إيجابية حول استراتيجية الجامعة.
آلية الاتصال	تنظيم ورش عمل توعوية موجهة لجميع منسوبي الجامعة المهتمين بمعرفة المزيد عن استراتيجية الجامعة.
توقيت الاتصال	النصف الثاني للعام ٢٠٢٤ .
تاريخ إنجاز المشروع	
آليات التغذية الراجعة	<ul style="list-style-type: none"> إجراء استبانة تقيس مدى معرفة الجمهور المستهدف بأهمية استراتيجية الجامعة. إجراء استبانة تقيس مدى رضا الجهات المستهدفة من ورش العمل المقدمة.

خطوات تنفيذ المشروع

١	إجراء استبيان أولي لدراسة مدى وعي منسوبي الجامعة باستراتيجية الجامعة، ومدى رغبتهم في معرفة المزيد عنها.
٢	إعداد محتوى الندوات والبرامج التوعوية التي تناقش أهمية التخطيط الاستراتيجي في نجاح مخرجات الجامعة.
٣	إعداد خطة دعائية متكاملة للترويج للبرامج والندوات المقدمة.



المشروع العاشر: سفراء الاستراتيجية

الجمهور المستهدف	منسوبو الجامعة.
الهدف من الاتصال	<ul style="list-style-type: none"> • تعزيز وعي الجمهور المستهدف حول استراتيجية الجامعة وأهميتها. • تشجيع المشاركة الفعالة، والانخراط في التوعية حول الخطة الاستراتيجية. • ضمان فهم الجميع لكيفية تحقيق أهداف الخطة الاستراتيجية، وتنفيذ مبادراتها.
آلية الاتصال	إطلاق برنامج سفراء الاستراتيجية.
توقيت الاتصال	النصف الثاني لعام ٢٠٢٤ .
تاريخ إنجاز المشروع	
آليات التغذية الراجعة	<ul style="list-style-type: none"> • إجراء استبانة تقيس مدى رضا السفراء من البرنامج.

خطوات تنفيذ المشروع

١	تنظيم مجموعات مكثفة تهدف إلى قياس مدى معرفة السفراء باستراتيجية الجامعة، وما الذي يطمحون إليه عند انضمامهم إلى برنامج السفراء.
٢	تطوير الهيكل التنظيمي لبرنامج السفراء، وتحديد أدوارهم ومسؤولياتهم.
٣	إعداد آلية وسياسة اختيار السفراء، وفتح باب التقديم على البرنامج.
٤	إعداد برنامج تدريبي شامل للسفراء يشمل مفاهيم استراتيجية الجامعة وأهدافها ومبادراتها، وتدريب السفراء حول كيفية تنفيذ مهامهم بفعالية.
٥	توفير الدعم للسفراء من خلال الإعداد لسلسلة من التدريب والبرامج اللازمة لهم في تعزيز دورهم كسفراء لاستراتيجية الجامعة.



استراتيجية الجامعة 2030
University Strategy 2030

