



دائرة العلاقات العامة والثقافية
(جامعة فيلادلفيا)

د. أماني غازي جرار

خطة تطوير الدائرة (2018-2022)

خطة تواصلية تفاعلية - إعلامية إعلانية متكاملة

مرآة للجامعة تعكس وجهها المشرق

مقدمة :

تعتبر دائرة العلاقات العامة والثقافية حلقة الوصل الأساسية بين كليات وإدارات ومراكز جامعة فيلادلفيا وبين الجمهور الداخلي والخارجي، لهذا فإن دور العلاقات العامة يتنامى مع شكل الصورة الذهنية التي نريد تشكيلها عن جامعتنا في عقلية اساتذتها وطلبتها والمجتمع المحلي والمؤسسات العامة والخاصة وكذلك صورتها في الخارج . وتتعدد مهام وواجبات العلاقات العامة على عدة مستويات إدارية وفنية إلى جانب المهام الأساسية المتعلقة بإعداد الترتيبات التنظيمية والبرامج الزمنية لتنظيم التجمعات والنشاطات الثقافية بكافة أنواعها، والتي تستوجب توفير المعلومات والبيانات عن الجامعة وخدماتها وأيضاً مشروعاتها التطويرية الحالية وتطلعاتها المستقبلية. وتعد دائرة العلاقات العامة والثقافية النافذة التي تطل بها الجامعة على جمهورها الداخلي المتمثل بمنتسبيها من أعضاء الهيئتين الأكاديمية والإدارية ومن الطلبة، وتطل بها أيضاً على المجتمع الخارجي المحلي والدولي أيضاً.

• تجدر الإشارة الى انه ما عاد التطور في المؤسسات التربوية والتعليمية وبخاصة الجامعات من جهة، والتطور الأكثر تسارعا في وسائل التواصل والإعلام من جهة أخرى، يسمح بالفصل بين مكونات هذا العمل، فلكل من هذه الأعمدة: التواصل والتفاعل والإعلام والإعلان دوره في رفد الجامعة ورسالتها بمزيد من أسباب النجاح والتميز.

وتأتي هذه الخطة استنادا الى رؤية الجامعة ورسالتها و خطة الجامعة الاستراتيجية بحيث تتقاطع معها لتحقيق أهداف غايات وأهداف الجامعة الاستراتيجية، وفقا لما يلي :

الرؤية

التميز في مجال العلاقات العامة والثقافية لإبراز أنشطة الجامعة وإنجازاتها وتمكين شراكتها مع المجتمع الداخلي والخارجي.

الرسالة

تسليط الضوء على الجامعة وفعاليتها ونتاجاتها وخططها وطموحاتها، وترسيخ التفاعل والتواصل مع المجتمع الطلابي والأكاديمي والإداري والمجتمع الخارجي المحلي والاقليمي والدولي.

الأهداف

- أن تكون الدائرة نافذة وحلقة وصل فاعلة بين الجامعة والجمهور الداخلي والخارجي.
- نشر رسالة الجامعة ونشاطاتها وإنجازاتها إلى مختلف القطاعات العامة والخاصة عبر وسائل الإعلام المختلفة.
- المساهمة بفعالية في مناسبات ونشاطات الجامعة داخلياً وخارجياً.
- التعاون مع الجهات المماثلة في الجامعات المحلية والعربية والدولية بما يخدم أهداف الجامعة ويلبي حاجاتها ويسهم في تطويرها وتقديمها.
- خلق وتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية عن الجامعة.
- إبراز الدور العلمي والاكاديمي والحضاري لجامعة فيلادلفيا.
- التعرف على اتجاهات الرأي العام تجاه جهود الجامعة ومسؤولياتها وتقديم التوصيات المناسبة لها.
- التواصل المجتمعي الاعلامي التفاعلي المتكامل لخدمة المجتمع المحلي.

● مراحل الخطة التنفيذية :

تقسم الخطة تنفيذياً على مرحلتين تخضع للتقييم اول بأول لغايات ضمان الاستفادة من تطبيقها كما يجب :

● المرحلة الاولى : (نشاطات ثقافية وخدمة المجتمع المحلي)

بهدف ترسيخ الشراكات وتحسين صورة الجامعة الذهنية تعمل دائرة العلاقات العمل بشكل تشاركي على الأنشطة المقترحة التالية (متفرقة)، على سبيل المثال :

(أمثلة توضيحية)

(النشاط المستهدف)

تنظيم فعاليات يوم مفتوح لاستقبال الطلبة الجدد	Open day احتفالية توجيهية لاستقبال الطلبة الجدد
<ul style="list-style-type: none"> - جمعية الشؤون الدولية،جمعية أرض - جمعية تضامن، جمعية اللاعنف - اللجنة الوطنية لشؤون المرأة - وزارة الشباب، وزارة التنمية الاجتماعية ، وزارة الشؤون السياسيةوالبرلمانية، وزارة البيئة.. - استضافة ممثلي أحزاب مثل حزب الطبيعة 	<ul style="list-style-type: none"> تبادل الزيارات واستضافة عدد من منظمات المجتمع المدني المؤثرة والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية لخدمة اهداف الجامعة

زيارة عدد من المدارس ودعوتهم (تخطيط المسار الوظيفي للطلبة)	- كلية راهبات الوردية - المدارس الوطنية - مدارس الرأي
اعلام من أجل التعايش	مركز تعايش – اعلام من اجل الانسان
مركز الملك عبدالله للتميز	استعدادا للترشح للجائزة (جوائز التميز المحلية والاوروبي)
التنسيق مع مكتب سمو ولي العهد (مبادرات شبابية مجتمعية)	مبادرة شباب من أجل تنمية ومواطنة فاعلة
الجمعية الفلسفية	حوار فكري فلسفي هدفه تحفيز التفكير النقدي لدى الشباب
دورات (مثلا الاتيكيت)/المعهد الدبلوماسي	تشمل الطلبة وأعضاء الهيئة التدريسية
لقاءات مفتوحة مع الطلاب لبحث المشكلات الطلابية	بحضور الرئاسة وعمداء الكليات
زيارة جامعات محلية خاصة وحكومية	عقد شراكات / الاهتمام بالمشاريع المشتركة مثل الجامعة الألمانية والأمريكية والاميرة سمية
إلقاء الضوء على جهود وانجازات أعضاء الهيئة التدريسية	اعداد برنامج اعلامي تحت عنوان (إضاءات) لقاء مع اساتذة جامعيين متميزين في الجامعة
تواصل ادارة الجامعة مع طلبة الجامعة	لقاء تلفزيوني حواري (الرئيس مع الطلبة على مقاعد الدراسة والطلبة الخريجين)
العمل على انشاء اذاعة خاصة للجامعة	بالشراكة والاستفادة من الجامعة الاردنية أوجامعة البترا
تفعيل دور نادي الخريجين	تنظيم نشاطات وحفلات

• المرحلة الثانية : (تفعيل التواصل الاجتماعي والاعلام الرقمي لخدمة الجامعة والمجتمع المحلي)

وفيما يلي مقترحات وانشطة تفصيلية كنموذج لخطة تفاعلية اعلامية اعلانية تستهدف تفعيل التواصل الاجتماعي لخدمة المجتمع المحلي بإظهار صورة الجامعة المشرقة :

1- تأسيس منصات التواصل الاجتماعي الرئيسية: فيسبوك وإنستغرام في المرحلة الأولى وسناب تشات وتويتر في المرحلة الثانية لينكد ،وهوت سويت Hoot suite

- وفي المرحلة الثالثة بطبيعة الحال، الحكمة من التدرج هو العمل على بناء زخم من المعلومات والصور والتواصل التفاعلي.
- 2- تفعيل موقع إنترانيت (للاستخدام الداخلي فقط). تفعيل استخدام الإنترنت للطاقميين الأكاديمي والإداري فقط ومن ثم فتح المجال للطلبة من داخل الجامعة. تنحصر استخدامات هذا الموقع فيما يخص العمل الإداري الوظيفي التربوي والتعليمي المباشر كموايد الامتحانات والمساقات المفتوحة للتسجيل.
- 3- يتم الإعلان عن الخطط عبر ما يعرف بـ "التاون هول ميتينغ" Town-hall meeting بحيث يعقد على مرحلتين: الأولى تنحصر برئاسة الجامعة والكادرين التعليمي والإداري. والثانية تشمل الطلبة. ميزة هذين الاجتماعين إظهار الشفافية والتفاعلية والانفتاح من خلال العصف الذهني الهادف لتكريس بيئة تفاعلية إيجابية حضارية ديموقراطية، وبحيث يتم توظيف وإثراء المحتوى فيما بعد، بمواد تخدم الخطة (بالأفكار والمبادرات والصوت والصورة).
- 4- إصدار نشرة شهرية ومجلة فصلية نوعية وكتاب سنوي متميز لأبرز نشاطات الجامعة ومبادراتها بعيدا عن كل ما هو تقليدي. النشرة والمجلة "إلكترونية" فيما يكون الكتاب السنوي مطبوعا بسعر معقول لا يرهق الطلبة وذويهم ، غايته تغطية النفقات لا التربح ، بحيث يتم الإعلان عن تحويل الفائض إلى "صندوق دعم المتفوقين" (في إشارة إلى الطالب الأقل حظا - شريطة حصوله على تقدير أكاديمي جيد).
- 5- فتح باب الاستثمار والتبرعات أمام المؤسسات المعنية بدعم التربية والتعليم الجامعي بالتنسيق مع الجهات المختصة في الدولة بحيث يعمل على تشجيع القطاع الخاص في الاستثمار في التعليم والبحث والتدريب، كأن نطلق اسم متبرع كبير على اسم مدرج أو قاعة أو شارع أو ميدان في الجامعة.
- 6- المبادرة والتواصل مع الجهات الإعلامية في القطاعين العام والخاص بما فيها الفضائيات في تسليط الضوء على قصص النجاح التي تتحقق في الجامعة على أي صعيد كان وبخاصة الطلابي منها.
- 7- تنظيم أيام عمل تطوعي أسبوعي لخدمة المجتمع المحلي وشهري على مستوى الإقليم وفصلي على مستوى الوطن. نعمل فيها طلبة وأساتذة وإداريين على المساهمة في أنشطة حضارية عمرانية كتنظيف الطرق وتجميل الساحات العامة وبناء مرافق تخدم الناس (بمبادرة مثلا من طلبة الهندسة المدنية والمعمارية ...).
- 8- تأسيس فرق جامعية تطوعية تحمل اسم "في الخدمة" تركز لزيارة المستشفيات ودور رعاية الطفولة والمسنين وذوي الاحتياجات الخاصة والمعنفين أسريا ، لتكون الزيارة من قبل الطلبة والمعلمين والإداريين من ذوي التماس مع اختصاصات كعلم الاجتماع وعلم النفس وضمن اختصاص إدارة شؤون الموظفين والطلبة.
- 9- التواصل مع سفارات الطلبة الدارسين في الجامعة لتنظيم برامج تبادل طلابية سواء ترفيهية أو تعليمية خلال الفصل الصيفي فقط.
- 10- لتحفيز الجميع على التواصل، قد يكون من المناسب النظر في تنظيم مسابقات على غرار "تيلي ماتش" Tele-match في رحاب الجامعة بين طلبة المرحلة

الثانوية من المدارس المجاورة وطلبة السنة الأولى في الجامعة. (عادة لا تكلف تلك الألعاب مبالغ كبيرة لبساطتها).

11- تأسيس أندية ثقافية لرشد المحتوى الإعلامي لمنصات الجامعة على التواصل الاجتماعي: كنادي الكتاب ونادي السينما ونادي "اعرف وطنك سيراً على الأقدام" لرحلات السابله.

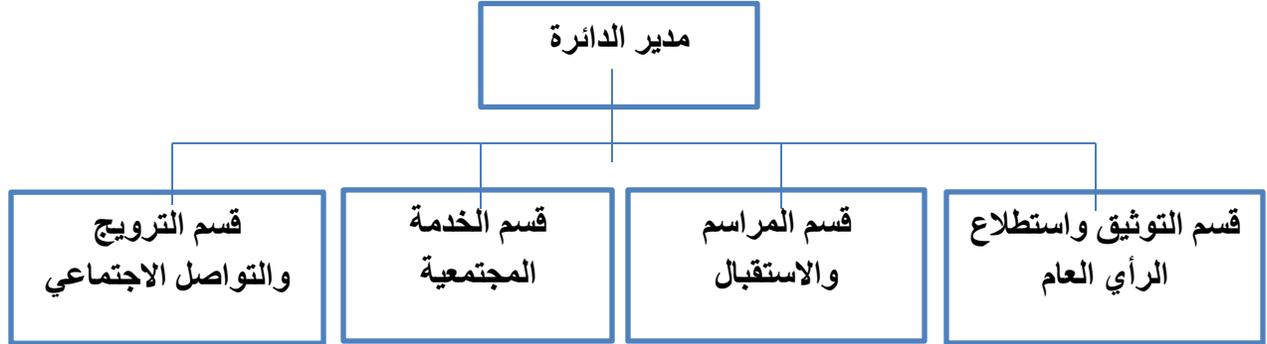
12- تنظيم زيارات دورية بين كل اختصاص جامعي والجهات ذات العلاقة بفرص العمل، كزيارة طلبة دراسات التنمية في مساق التنمية والبيئة مثلاً لوزارة البيئة ومحمية ضانا والأزرق.

13 - تكريم الطلبة المتفوقين لتحفيزهم وزملائهم وتعزيز العملية التنافسية .

• تخطيط الجدول الزمني للنشاطات:

سيتم العمل على تطوير جدول زمني (Timetable) لنشاطات الدائرة خلال العام الدراسي (2018-2019) ، ولإعداد تقييمه واستكمالها سنة فسنة على التوالي .

• الهيكل التنظيمي والوصف الوظيفي لكل قسم من أقسام الدائرة



بالإضافة إلى العمل على تحديد الوصف الوظيفي لكل قسم من أقسام الدائرة، وإعادة تصميم الصفحة الرسمية للدائرة على الموقع الرسمي للجامعة .

الكادر المطلوب

فني (IT)، فني تصوير فوتوغرافي وتلفزيوني، موظف علاقات عامة، موظف اعلام، موظف سكرتاريا.

• اعداد دراسات :

- دراسة تقييم واقع الحال وفق نموذج SWOT analysis
- دراسات استطلاع الرأي (أعضاء الهيئات التدريسية، الطلاب، المجتمع)
- دراسة اعداد وصف وظيفي لأقسام الدائرة
- دراسة احتياجات وتوقعات وتطلعات الشركاء والمستفيدين

• الشراكات

عقد شراكات مع جهات داخلية وخارجية على سبيل المثال:

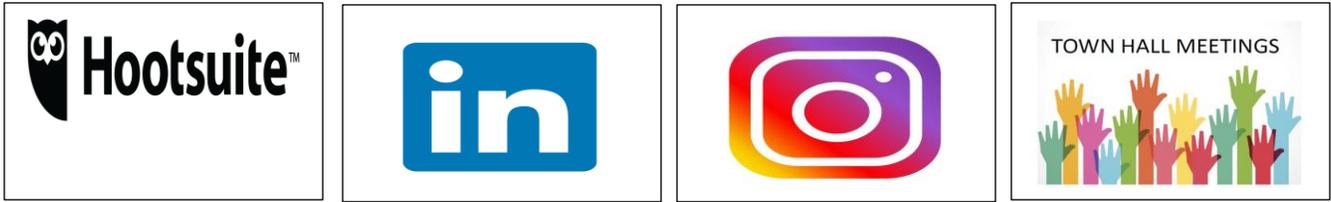
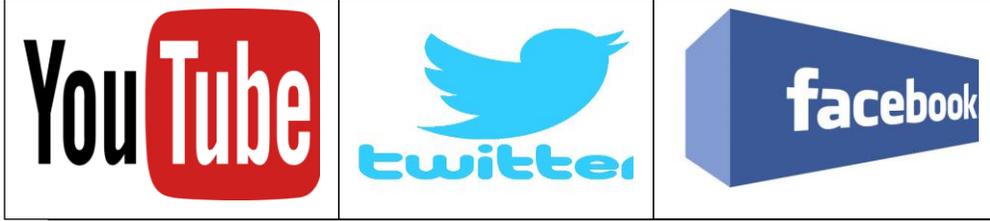
- (MIDDLE EAST CENTER) Arkansas State University
- توأمة او شراكة مع جامعات عربية (دول الخليج) ودولية (Harvard University)
- تفعيل نظام التبادل الثقافي للطلبة (مثال: ENA المدرسة الوطنية للإدارة الفرنسية)
- الاتصال مع السفارات للحصول على منح طلابية وتبادل الزيارات الثقافية للاستاذة (السفارة الفرنسية، السفارة الأمريكية، سفارة الامارات العربية المتحدة)
- التشبيك مع المؤسسات والشركات لتسويق المسار الوظيفي للطلاب (مثال: ديوان الخدمة المدنية ، Byte.com)

• تحديد متطلبات التنفيذ

- الكادر
- الأدوات
- الموازنة
- الصلاحيات
- التأكيد على أهمية الوعي المشترك بأننا شركاء في إنجاح هذه الخطة إداريين وأكاديميين، أساتذة وطلاباً بإشراك وإسناد المجتمع الأردني وبخاصة المحلي في محافظتنا العريقة محافظة جرش.
- تفعيل استخدام (Social Media) في الجامعة واطلاقها باحتفالية رسمية.
- مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات العامة

في الآونة الأخيرة مارست مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً وبارزاً بنقل الأحداث والتعليقات والآراء ووجهات النظر بكل ما يحدث في البيئة المحيطة، حتى أصبحت هذه المواقع ذات أهمية خاصة لدور العلاقات العامة في الجامعات، مما سهل لوظيفة العلاقات العامة وأنشطتها استخدام هذه المواقع كوسيلة فاعلة في تسويق وترويج الجامعة بصورتها المنشودة وترويج الخدمات التي

تقدمها الجامعات وإدارة سمعتها وتحسين صورتها الذهنية لجمهورها من الشباب. ويعد موضوع إدارة سمعة الجامعة وتحسين صورتها الذهنية من الأهداف الرئيسية لوظيفة العلاقات العامة، عن طريق توظيفها لمواقع التواصل الاجتماعي في بناء وإدارة سمعة ذات مصداقية واحترام، وبناء صورة ذهنية ترتبط بالتطور الدائم والابتكار الخلاق.



• الهدف الرئيس من تفعيل مواقع التواصل الاجتماعي للجامعة :

بناء أنموذج يمكن توظيفه من قبل الجامعة عبر صفحات التواصل الاجتماعي لإدارة سمعة الجامعة وتحسين صورتها الذهنية.

• الأهداف الفرعية:

- 1- بناء سمعة طيبة للجامعة لدى الجمهور الأردني والعربي عبر توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي.
- 2- رصد الحالات السلبية، عبر الاطلاع على آراء الجمهور تجاه سمعة الجامعة وتحديد ما عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- قياس مدى رضا الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن مستوى الخدمات الأكاديمية وغير الأكاديمية المقدمة، وتشخيص حالات الاهتمام والإخفاق.

• خطة وآلية العمل لتفعيل التواصل الاجتماعي للجامعة :

تعتمد خطة العمل على ثلاث مراحل كما في الجدول التالي:

المرحلة الأولى: التقييم والتحديد		
الجدول الزمني	التفصيلات	المهمة
أول تشرين (2018)	1- تحديد الإيجابيات والسلبيات. 2- دراسة احصائية للكم والنوع لاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الجامعة.	مراجعة الوضع الراهن لاستخدامات الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي
ثاني تشرين (2018)	1- تحديد المهام لكافة الجهات 2- عقد ورشات تدريبية قصيرة لتطوير قدرات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	تحديد المهام للكليات وأعضاء الهيئات التدريسية والطلبة المتعلقة بالتواصل الاجتماعي
المرحلة الثانية: حشد الطاقات		
الجدول الزمني	التفصيلات	المهمة
أول كانون (2018)	1- تكثيف النشاطات التي تهم الطلبة والمجتمع المحلي. 2- التفاعل مع منصات التواصل الاجتماعي لكافة المؤسسات والجهات المدنية والشعبية. 3- التأكد من جودة المعلومات والصور المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالجامعة. 4- متابعة التعليقات والمشاركات والتعامل معها بإيجابية. 5- إبراز قدرات الجامعة المتميزة. 6- التركيز على البيئة والطبيعة الخلابة للجامعة.	حشد طاقات أكبر عدد من الطلبة وكوادر الجامعة والجمهور الخارجي للتفاعل مع صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالجامعة لنقل الصورة الذهنية الايجابية والمناسبة لخدمة اهداف الجامعة
المرحلة الثالثة: الانتشار		
الجدول الزمني	التفصيلات	المهمة
2019	1- تجهيز البيانات الكمية والنوعية للأعداد والمشاركين والتعليقات. 2- رصد السلبيات ومعالجتها. 3- اعداد التقارير الشهرية.	زيادة عملية الانتشار والتوسع الكمي والنوعي

- قصص النجاح والدروس المستفادة : تم الاطلاع على تجارب الجامعات المحلية والعربية والدولية والافادة من تجاربها

http://www.philadelphia.edu.jo/alumni/alumni_survey/
<http://www.philadelphia.edu.jo/arabic/university-departments/2013-09-15-06-32-53/2014-11-26-12-43-01> <http://www.philadelphia.edu.jo/arabic/university-departments/2013-09-15-06-32-53/2013-09-15-06-32-49>
https://meu.edu.jo/libraryTheses/585e4fec2bb0f_1.pdf
<http://sites.ju.edu.jo/ar/mpcr/Home.aspx>
<https://meu.edu.jo/index.php?type=university&action=unit&cid=17&id=894>
<https://www.aau.edu.jo/PublicRelationsDepartment/Pages/default.aspx>
https://www.bau.edu.jo/bauar/Units/Public_Relations/Home.aspx
<http://www.gju.edu.jo/content/public-relations-and-marketing-department-429>
http://www.ammanu.edu.jo/Arabic/Departments_Centers/Departments/Public_Relations/Public_Relations.aspx http://www.agu.edu.bh/units/prelations_index.aspx
<https://www.ust.edu/usty/component/k2/itemlist/category/216->
<https://www.wise.edu.jo/ar/content/والاعلام-العامه-العلاقات-دائره>
https://web.facebook.com/ahumedia/?_rdc=1&_rdr <https://hpac.harvard.edu/>
<https://web.facebook.com/uppsalauniversity/>

<http://www.astate.edu/a/middle-e>
<http://www.psut.edu.jo/ar/content/الرسالةast-studies/>

<file:///C:/Users/Dell/Desktop/>
ادارة العلاقات العامة 20% والثقافية 20% فيلادلفيا/ واقع العلاقات العامة 20% في 20%
20. الجامعة الاردنية 20% pdf

<https://hootsuite.com>
[http://www.video-conferencing.com/definition/town-hall.](http://www.video-conferencing.com/definition/town-hall)
<http://www.video-conferencing.com/definition/town-hall.html>