
حيّاك
Hayyak
الإدارة العامة للاتصال المؤسسي
Institutional Communication
جامعة جدة
University of Jeddah
جامعة جدة
الاختيار الأول لقادة المستقبل
التقرير الإحصائي 20 24
للإدارة العامة للاتصال المؤسسي
وحدة الدراسات والمؤشرات



محتوى التقرير

الموضوع	رقم الصفحة
نشأة الإدارة العامة للاتصال المؤسسي	3
رسالة وأهداف الإدارة	4
تعريف لإدارات الإدارة العامة للاتصال المؤسسي	5
إنجازات إدارة العلاقات العامة خلال عام ٢٠٢٤م	6
مؤشر إنجاز إدارة العلاقات العامة للعام٢٠٢٤م	7
إنجازات إدارة الاتصال والإعلام خلال عام ٢٠٢٤ م	8
مؤشر إنجاز إدارة الاتصال والاعلام للعام ٢٠٢٤م	9
إنجازات إدارة السمعة المؤسسية خلال عام ٢٠٢٤م	12- 10
مؤشر إنجاز إدارة السمعة المؤسسية للعام ٢٠٢٤م	14- 13
مؤشر الإنجاز للمؤشرات الإجرائية للعام ٢٠٢٤م	15
مؤشر الإنجاز للمؤشرات التشغيلية للعام ٢٠٢٤ م	19 – 16
التحليل النهائي لإنجاز الإدارات لعام ٢٠٢٤م	23 - 20

عن الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

تأسست الإدارة بتاريخ : ١٦ – ٦ -١٤٤١هـ بالرقم الإداري ٤١/٥/٩٦٩ وهي الجهة المسؤولة عن توثيق علاقة الجامعة بالمؤسسات الإعلامية وتوعية المجتمع برسالتها وأهدافها وسياساتها وإنجازاتها , كما تعمل على دعم العلاقة بين الجامعة ومختلف الهيئات والمؤسسات في الدولة إضافة إلى الرد على ما يوجه للجامعة من استفسارات أو انتقادات قد تمس صورتها في المجتمع من خلال تزويد الجهات الخارجية ومراكز النشر بالأخبار والإحصاءات الدقيقة والمعلومات الموثقة عن الجامعة والإدارة مسؤولة أيضاً عن الإنتاج الإعلامي بالجامعة , وتتولى تنظيم وتنفيذ وإنتاج الوسائط الإعلامية التوثيقية بمختلف أنواعها وإدارة مختلف قنوات الجامعة الإعلامية ,وتنظيم وتنفيذ الفعاليات الخاصة بالجامعة وتتكون الإدارة من ثلاثة إدارات تعمل بتجانس تام وفعالية وهي (إدارة العلاقات العامة , إدارة الاتصال والاعلام وإدارة السمعة المؤسسية) .

رسالة الإدارة

تلتزم الإدارة العامة للاتصال المؤسسي بتعزيز التواصل الفعال والمستدام بين الجامعة والجهات ذات العلاقة بما يعكس سمعتها المؤسسية الإيجابية ويبرز إنجازاتها التعليمية والبحثية والمجتمعية الرائدة وما تفردت به في مجال تركيزها بالأساليب الإدارية والتقنية الحديثة من خلال فريق عمل عالي الأداء .

أهداف الإدارة

01

التعريف بدور الجامعة ورسالتها الأكاديمية والبحثية ودورها في تثقيف المجتمع .

02

إبراز جهود وأنشطة الجامعة وفعالياتها إعلانياً ودورها في تثقيف المجتمع .

03

تعزيز التواصل بين الجامعة والمجتمع والمؤسسات العامة والخاصة بما في ذلك أجهزة الإعلام المختلفة .

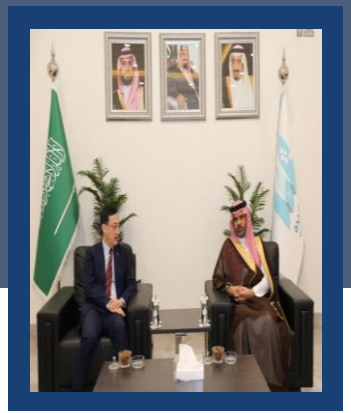
04

دعم خطط الجامعة الاستراتيجية من خلال توفير البيانات والإحصاءات العامة .

05

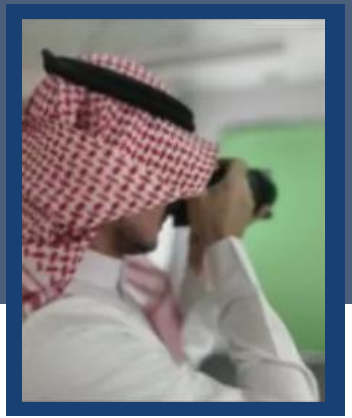
بث الوعي والتوجيه والإرشاد الفكري في إطار القيم الدينية والوطنية والاجتماعية .

إدارات الإدارة العامة للاتصال المؤسسي



إدارة العلاقات العامة

تمثيل الجامعة وتقديم صورة مميزة عن الجامعة من خلال تنفيذ وتنظيم الفعاليات وتقديم أفضل الخدمات والعروض بكفاءة , والعمل على التنسيق لمختلف الأنشطة المراد تنظيمها في الجامعة .



إدارة الاتصال والاعلام

التغطيات الإعلامية لأخبار وإنجازات وفعاليات الجامعة والوفود الزائرة ونشرها إلى الصحف ووسائل الإعلام ، بالإضافة لتحرير ونشر وصناعة المحتوى .



إدارة السمعة المؤسسية

تحديد معايير الهوية البصرية للجامعة والعمل على ترسيخها ومتابعة تطبيق الجهات لذلك والتزامها .

إدارة العلاقات العامة



الوفود الزائرة

04

عدد الفعاليات

100 +



عدد المناقشين وضيوف الجامعة

40 +

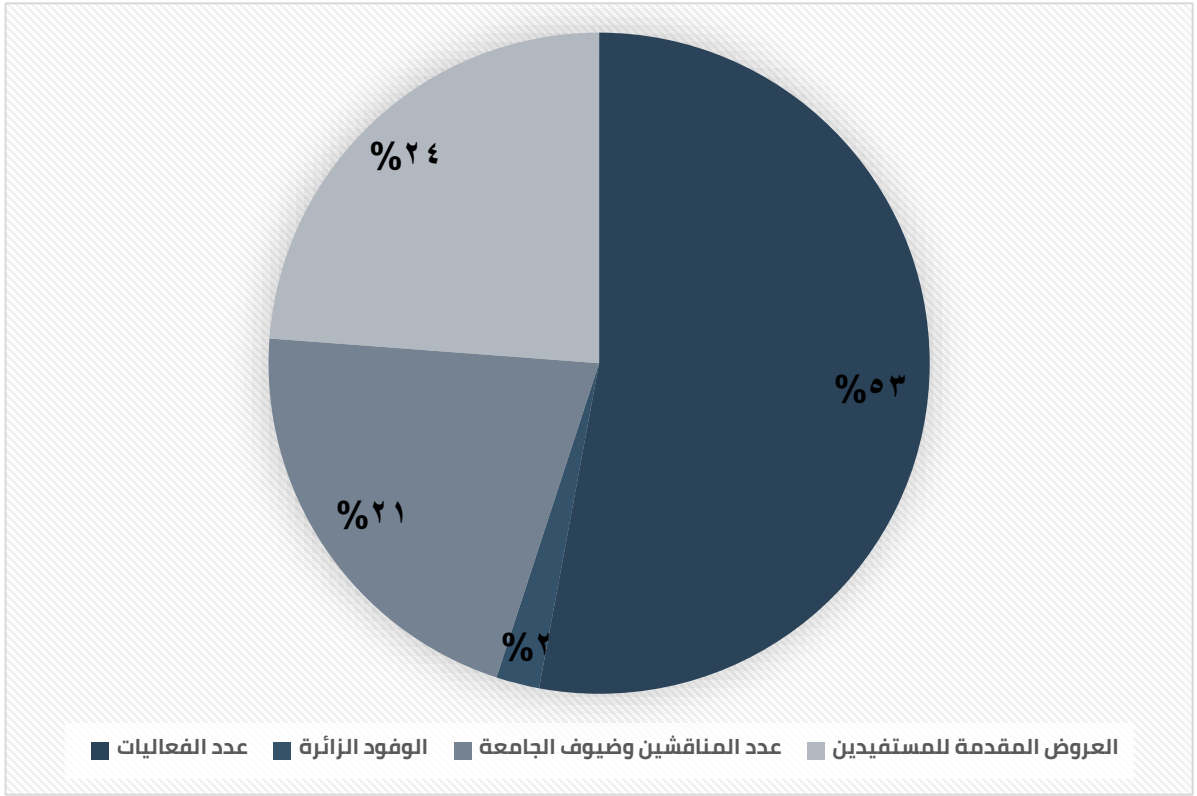


العروض المقدمة للمستفيدين

45+



مؤشر
إداء ادارة
العلاقات العامة
للعام ٢٠٢٤م



إدارة الاتصال والإعلام

التوثيقات الإعلامية

1500 +



المنتجات المنفذة لإبراز إنجازات الجامعة

150 +



الاخبار والاعلانات التي تم نشرها

300 +



لقاء إذاعي

15 +

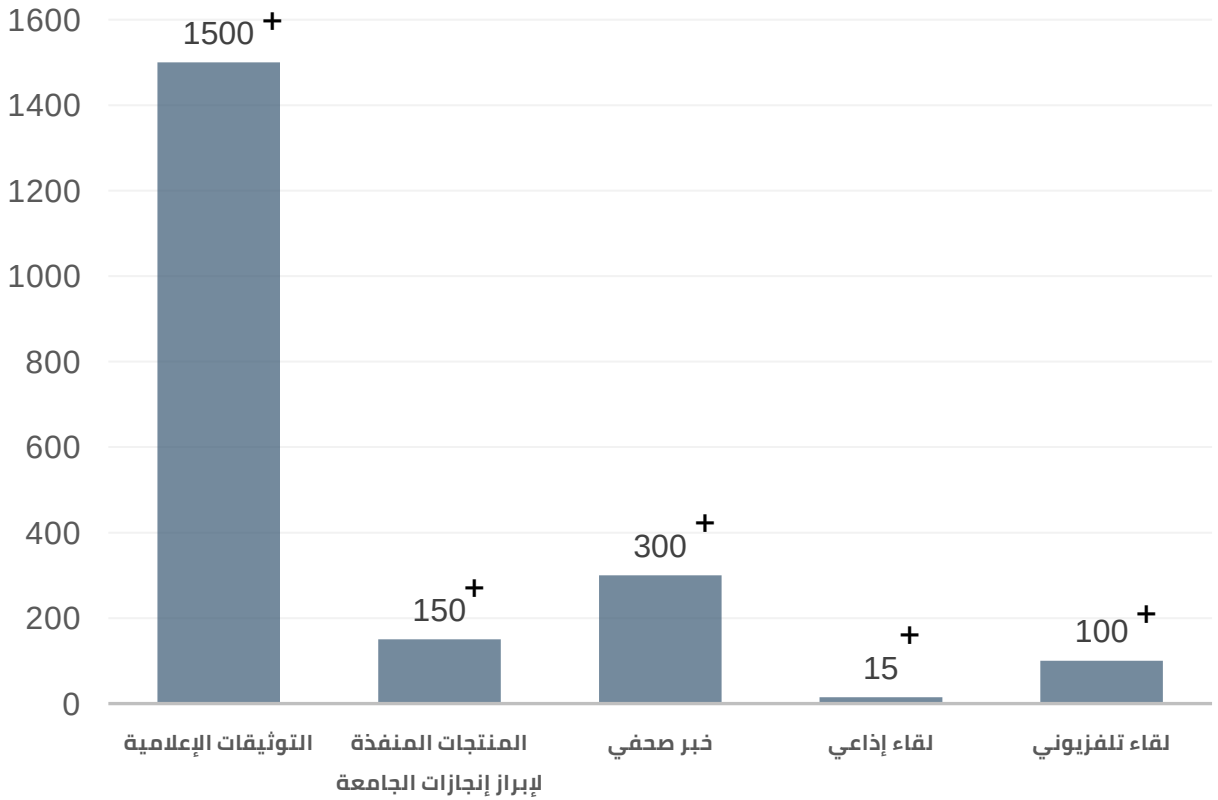


لقاء تلفزيوني

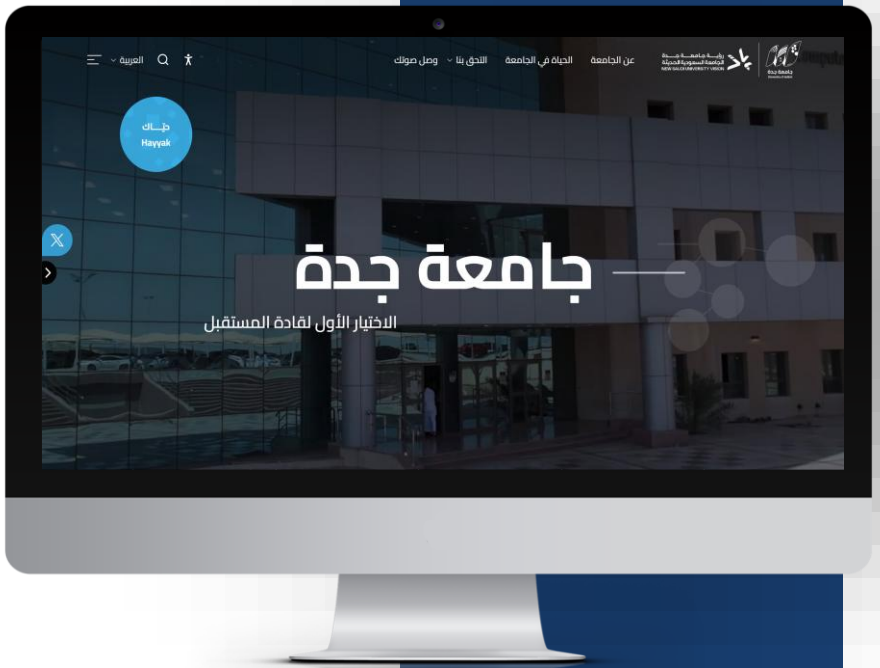
100 +



مؤشر أداء إدارة الاتصال والإعلام للعام ٢٠٢٤م



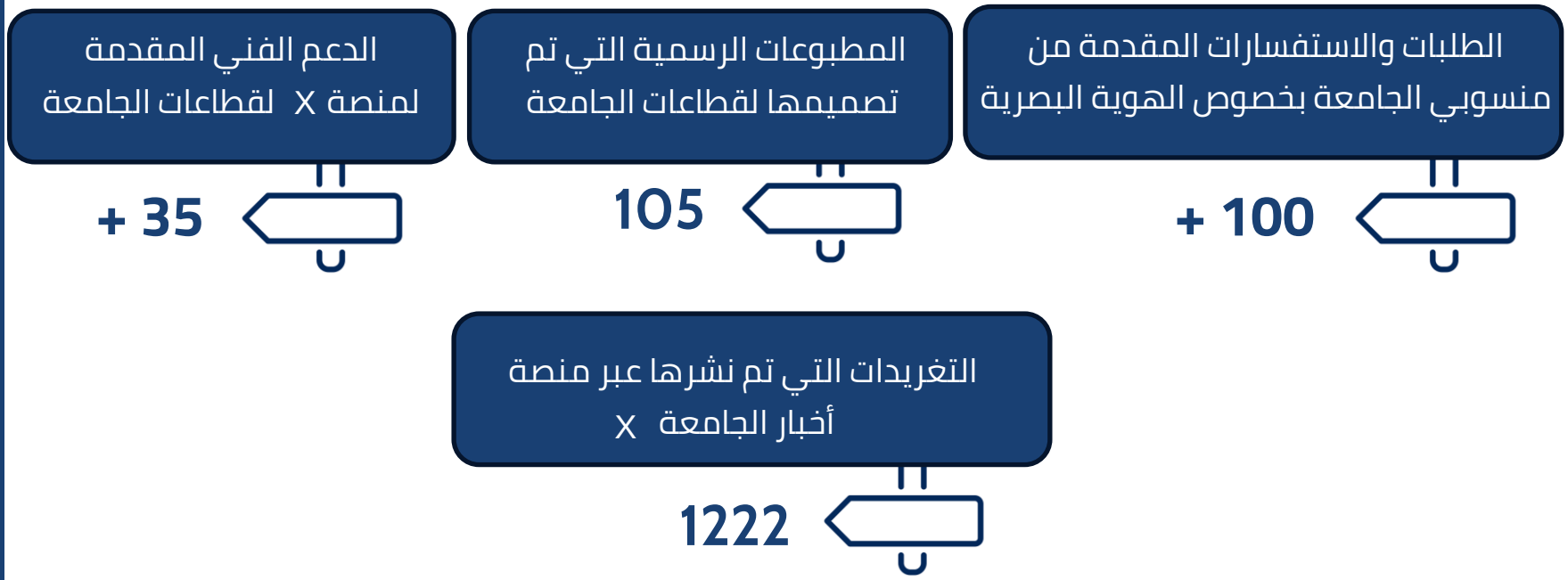
إدارة السمعة المؤسسية



منصة حياك

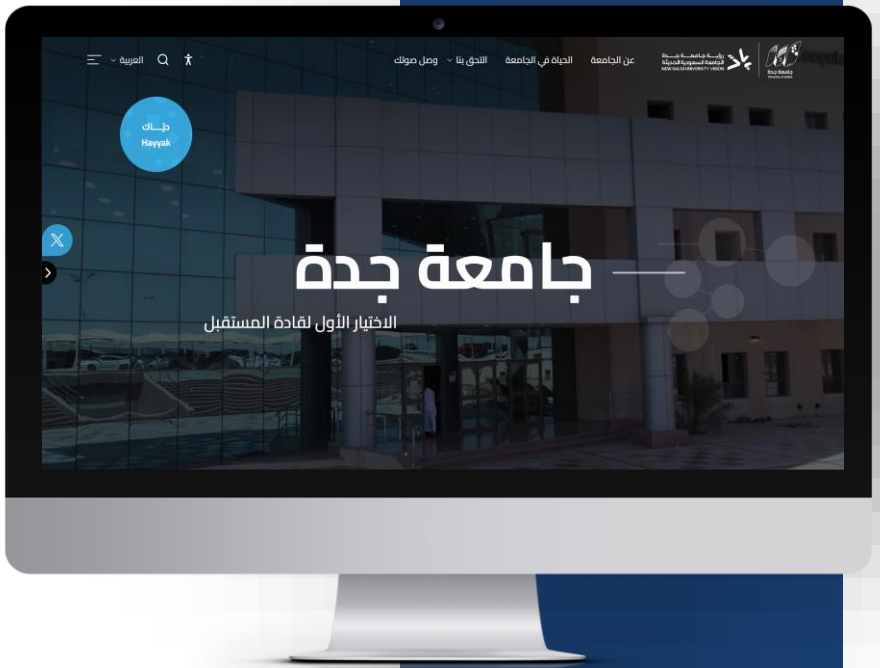
الاستفسارات على منصة حياك	2655
الاستفسارات على حساب حياك X	23872
عدد الطلبات التي تم اغلاقها في منصة حياك	8304

إدارة السمعة المؤسسية



إدارة السمعة المؤسسية

ما تم نشره على الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة



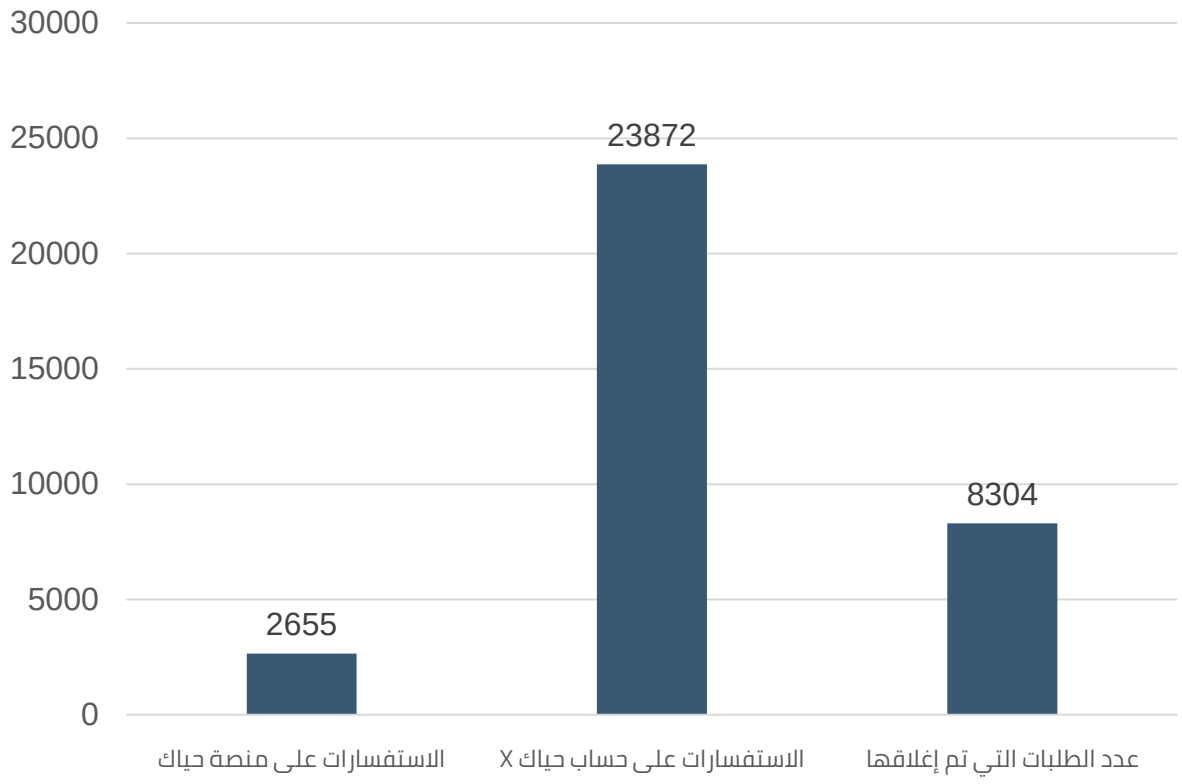
105 اخبار رئيسية

31 اخبار فرعية

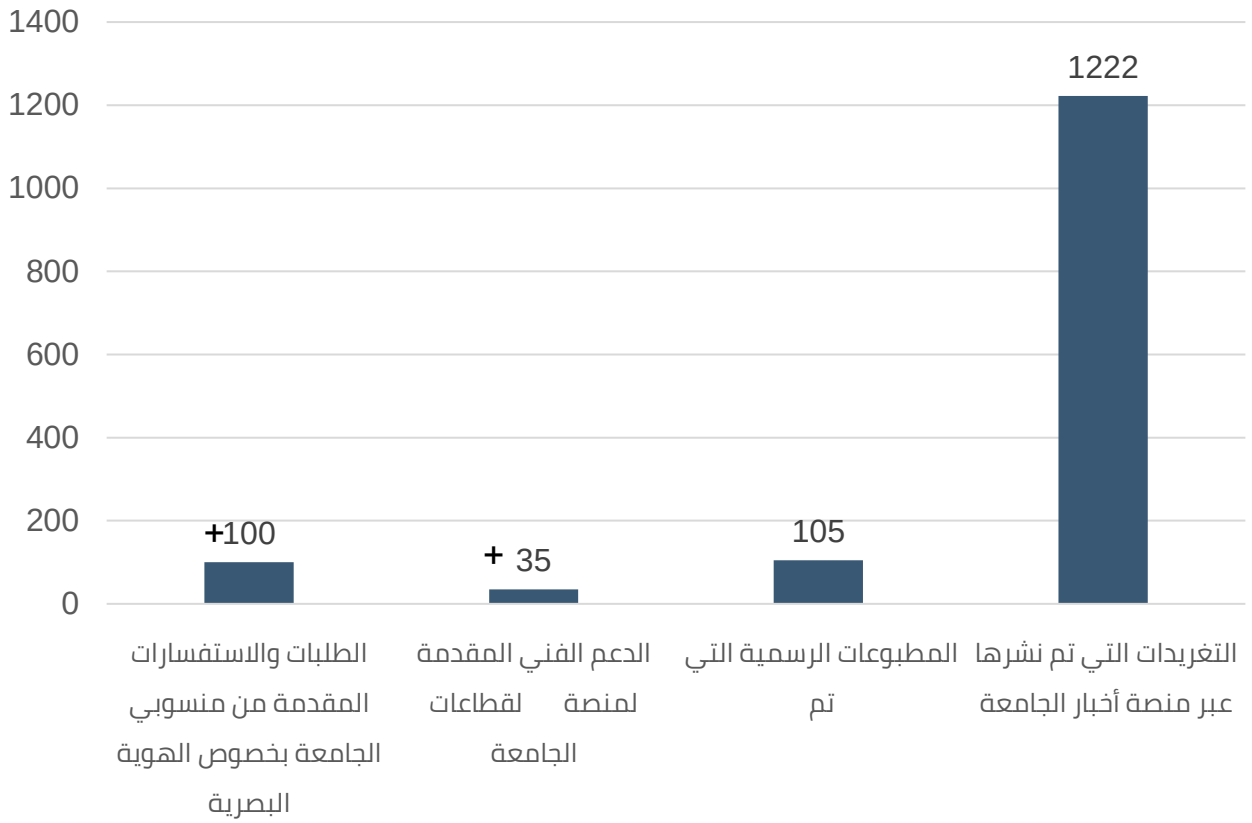
36 إعلانات

مؤشر أداء إدارة السمعة المؤسسية للعام ٢٠٢٤م

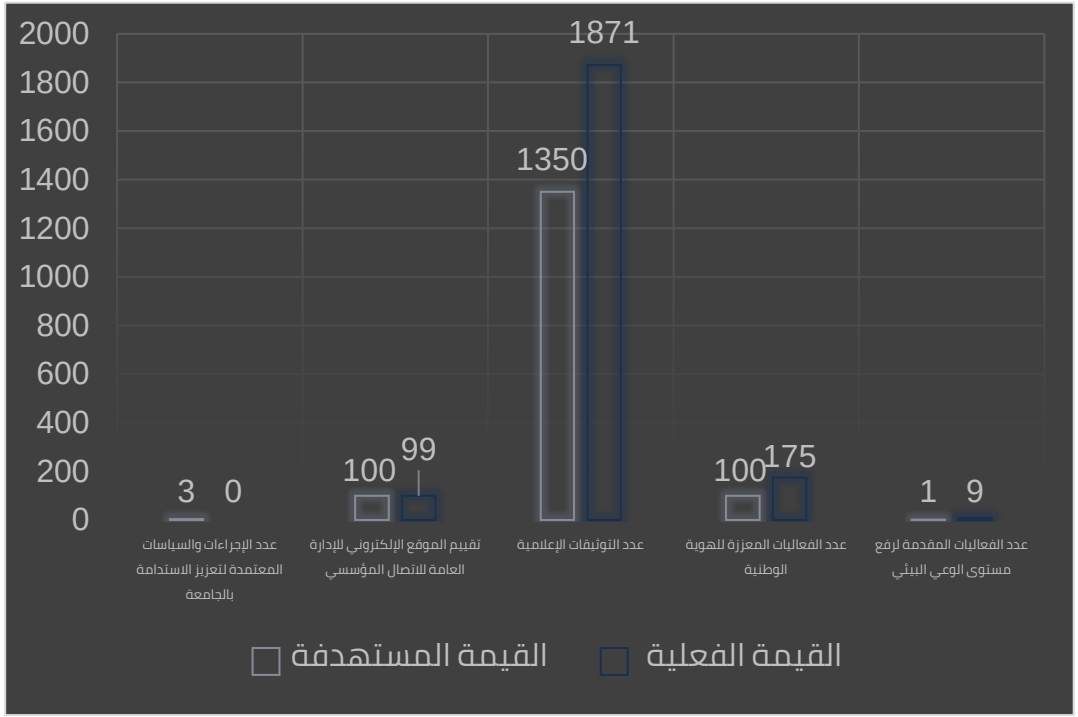
منصة حياك



مؤشر أداء إدارة السمعة المؤسسية للعام ٢٠٢٤م

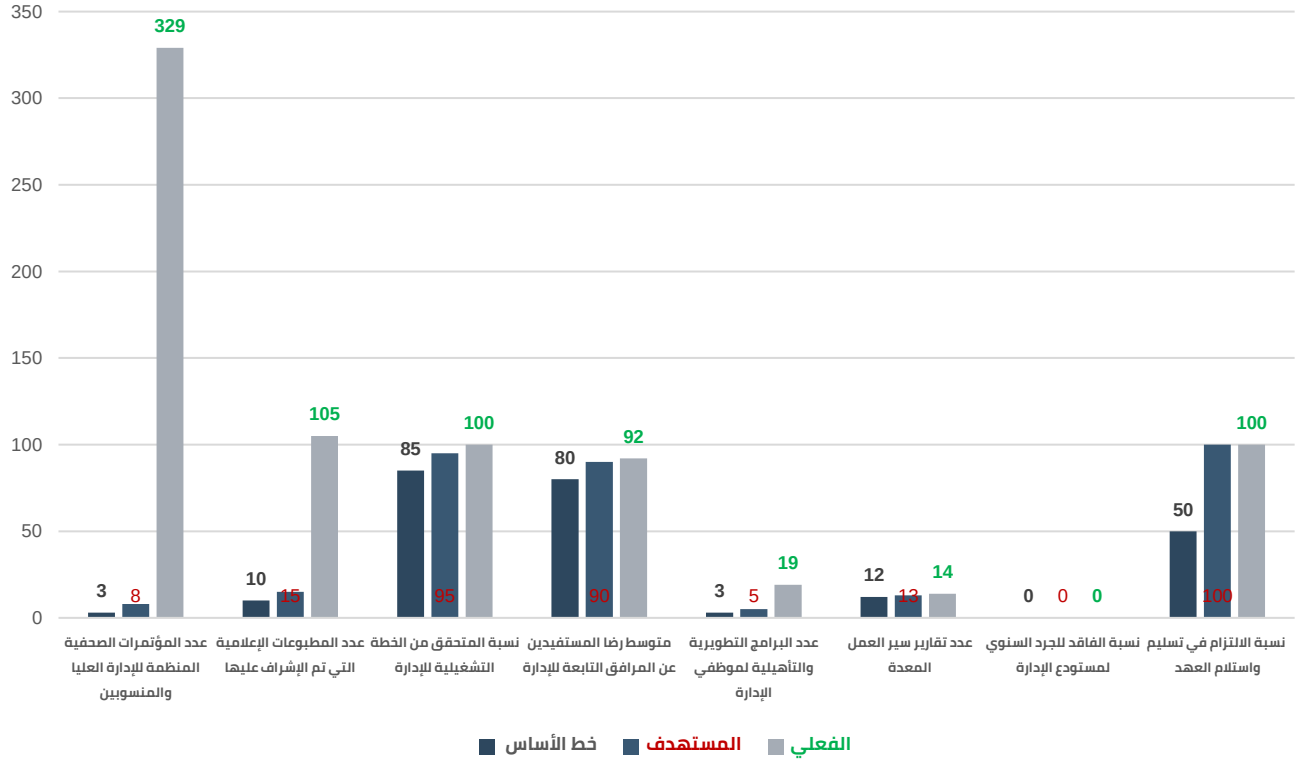


مؤشر الإنجاز للمؤشرات الإجرائية



1	عدد الإجراءات والسياسات المعتمدة لتعزيز الاستدامة بالجامعة	0%
2	تقييم الموقع الإلكتروني للإدارة العامة للاتصال المؤسسي	99%
3	عدد التوثيقات الإعلامية	100%
4	عدد الفعاليات المعززة للهوية الوطنية	100%
5	عدد الفعاليات المقدمة لرفع مستوى الوعي البيئي	100%

مؤشر الإنجاز للمؤشرات التشغيلية



1 عدد المؤتمرات الصحفية المنظمة للإدارة العليا والمنسوبين

2 عدد المطبوعات الإعلامية التي تم الإشراف عليها

3 نسبة المتحقق من الخطة التشغيلية للإدارة

4 متوسط رضا المستفيدين عن المرافق التابعة للإدارة

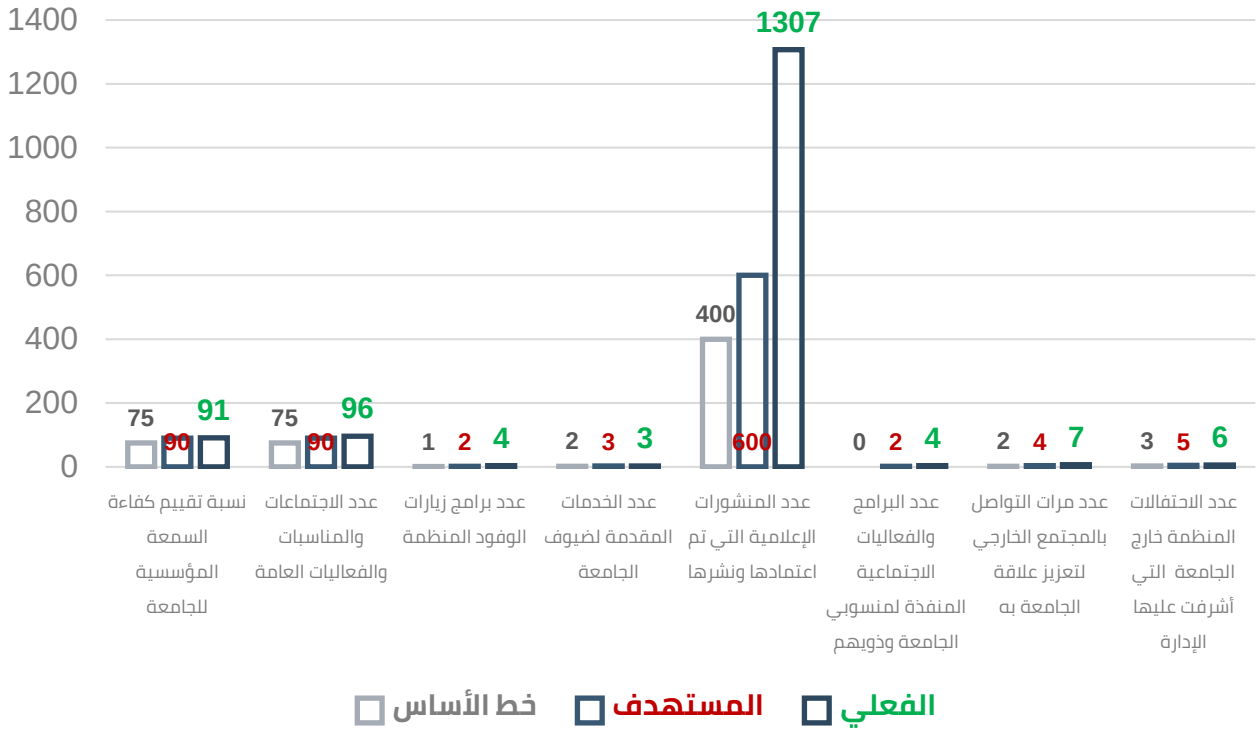
5 عدد البرامج التطويرية والتأهيلية لموظفي الإدارة

6 عدد تقارير سير العمل المعدة

7 نسبة الفاقد للجرد السنوي لمستودع الإدارة

8 نسبة الالتزام في تسليم واستلام العهد

مؤشر الإنجاز للمؤشرات التشغيلية



9 نسبة تقييم كفاءة السمعة المؤسسية للجامعة

10 عدد الاجتماعات والمناسبات والفعاليات العامة

11 عدد برامج زيارات الوفود المنظمة

12 عدد الخدمات المقدمة لضيوف الجامعة

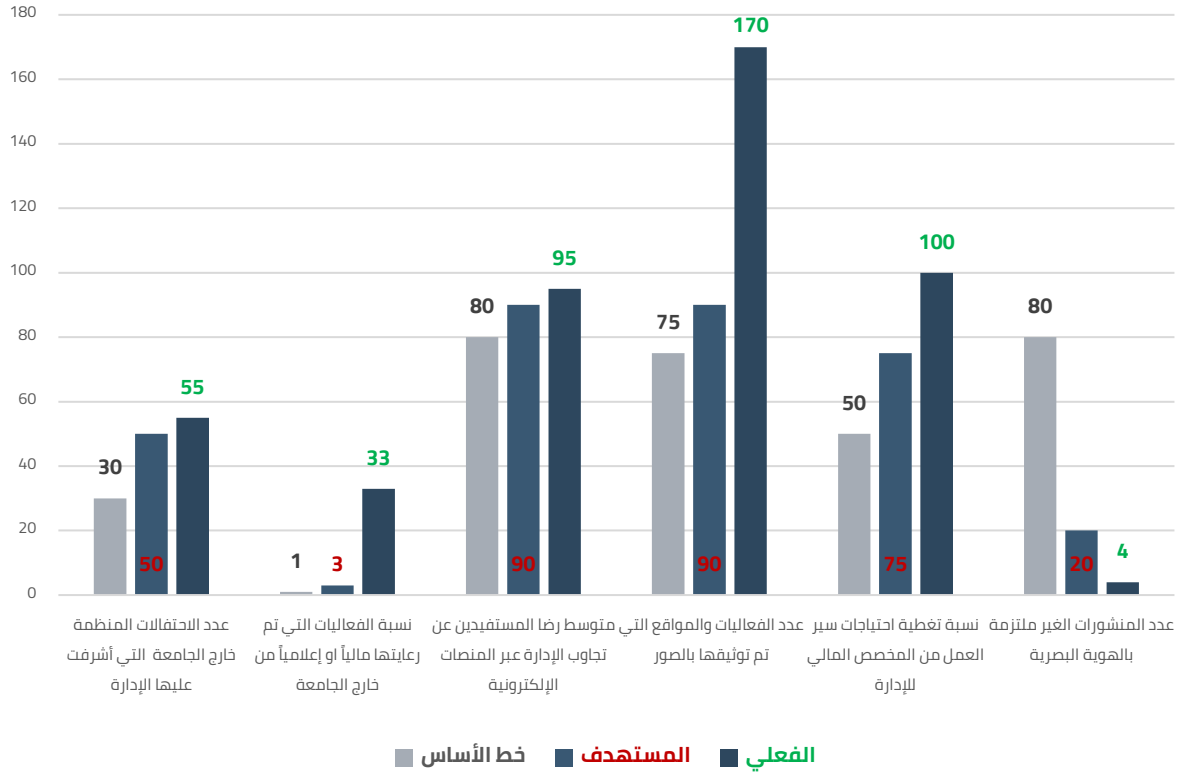
13 عدد المنشورات الإعلامية التي تم اعتمادها ونشرها

14 عدد البرامج والفعاليات الاجتماعية المنفذة لمنسوبي الجامعة وذويهم

15 عدد مرات التواصل بالمجتمع الخارجي لتعزيز علاقة الجامعة به

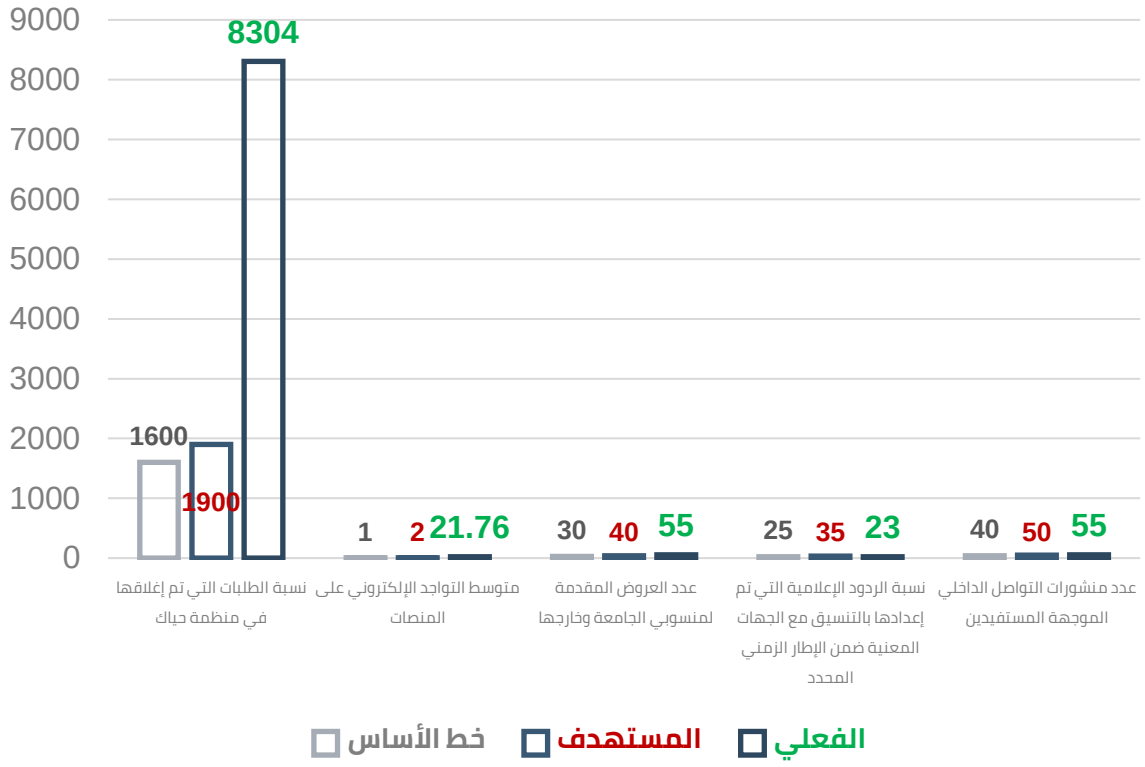
16 عدد الاحتفالات المنظمة خارج الجامعة التي أشرفت عليها الإدارة

مؤشر الإنجاز العام للمؤشرات التشغيلية



17	عدد الضيوف من خارج الجامعة
18	نسبة الفعاليات التي تم رعايتها مالياً او إعلامياً من خارج الجامعة
19	متوسط رضا المستفيدين عن تجاوب الإدارة عبر المنصات الإلكترونية
20	عدد الفعاليات والمواقع التي تم توثيقها بالصور
21	نسبة تغطية احتياجات سير العمل من المخصص المالي للإدارة
22	عدد المنشورات الغير ملتزمة بالهوية البصرية

مؤشر الإنجاز للمؤشرات التشغيلية



23 نسبة الطلبات التي تم إغلاقها في منظمة حياك

24 متوسط التواجد الإلكتروني على المنصات

25 عدد العروض المقدمة لمنسوبي الجامعة وخارجها

26 نسبة الردود الإعلامية التي تم إعدادها بالتنسيق مع الجهات المعنية ضمن الإطار الزمني المحدد

27 عدد منشورات التواصل الداخلي الموجهة المستفيدين

التحليل النهائي لإدارات الإدارة العامة للاتصال المؤسسي ٢٠٢٤م:

- إدارة العلاقات العامة لعام ٢٠٢٤م :

التحليل النهائي لإدارة العلاقات العامة يظهر فاعليتها الكبيرة في تنظيم وتنسيق الفعاليات والبرامج الخاصة بالجامعة, حيث يمكن تلخيص جهودها في عدة جوانب رئيسية:

١. **تنظيم الفعاليات:** أشرفت الإدارة على أكثر من (100) فعالية, ما يعكس قدرتها على إدارة وتنظيم الفعاليات بأحجام وأهداف متنوعة. هذا العدد الكبير من الفعاليات يعكس التزامها الكبير في تعزيز التفاعل بين الجامعة والمجتمع .

٢. **البرامج الخاصة بالوفود الزائرة:** أعدت الإدارة (4) برامج خاصة بالوفود الخارجية الزائرة, مما يدل على قدرتها على تنفيذ هذا النوع من البرامج, وتساهم في تعزيز العلاقات الخارجية .

٣. **استقبال وتقديم الخدمات للمناقشين وضيوف الجامعة:** استقبلت الإدارة أكثر من (40) من المناقشين وضيوف الجامعة, ما يعكس قدرتها على توفير خدمات متنوعة ومناسبة لاحتياجات الضيوف, مما يسهم في تحسين الصورة العامة وسمعة الجامعة .

٤. **العروض المقدمة للمستفيدين:** قدمت الإدارة أكثر من (45) عرضًا للمستفيدين, ما يعكس تركيزها على توفير تجربة مميزة للمستفيدين سواء كانوا طلابًا أو أعضاء هيئة تعليمية أو إدارية .

بناءً على ذلك, فإن إدارة العلاقات العامة قد حققت نتائج متميزة في تنفيذ مهامها, مما يعزز من صورة الجامعة ويعكس جهودًا واضحة في تقديم خدمات متنوعة وفعالة.

التحليل النهائي لإدارات الإدارة العامة للاتصال المؤسسي ٢٠٢٤م:

- إدارة الاتصال والإعلام لعام ٢٠٢٤م :

قامت إدارة الاتصال والإعلام بتحقيق العديد من الإنجازات المهمة خلال عام ٢٠٢٤ م , حيث قامت بما يزيد عن (1500) توثيق إعلامياً على قنوات التواصل المختلفة , مما يعكس الجهود المبذولة في توثيق نشاطات الجامعة وتسليط الضوء على إنجازاتها.

كما تم إنتاج أكثر من (150) منتج إعلامي متنوع، مما يعكس التنوع والابتكار في طرق تقديم المعلومات والإعلانات المتعلقة بالجامعة. إضافة إلى ذلك، تم نشر أكثر من (300) خبر وإعلان، وهو ما يساهم في تعزيز التواصل مع الجمهور ونشر المستجدات بشكل مستمر.

وفيما يتعلق بالأنشطة الإذاعية والتلفزيونية، قامت الإدارة بتنظيم أكثر من (15) لقاء إذاعي، وما يزيد عن (100) لقاء تلفزيوني، مما يدل على النشاط الكبير في الإعلام المرئي والمسموع وتواصل الجامعة مع المجتمع بشكل فعال.

بناءً على هذه الأرقام، نود الإشارة إلى أن إدارة الاتصال والإعلام قد لعبت دوراً محورياً في تعزيز الصورة الإعلامية للجامعة وزيادة تفاعلها مع مختلف الفئات المستهدفة

التحليل النهائي لإدارات الإدارة العامة للاتصال المؤسسي ٢٠٢٤م:

- إدارة السمعة المؤسسية لعام ٢٠٢٤م :

التحليل النهائي لإدارة السمعة المؤسسية يظهر مجموعة من النقاط الرئيسية التي تعكس مستوى الأداء والإجراءات المتخذة لضمان حسن إدارة السمعة واتباع المعايير المؤسسية, وخاصة في جوانب التواصل والدعم الفني والالتزام بالهوية البصرية وفقاً للبيانات التالية :

١. عدد الاستفسارات والطلبات على منصة حياك :

- تم تسجيل (2655) استفسارًا, بينما على منصة حياك X تم تسجيل (23872) استفسارًا.

- هذا يشير إلى أن هناك اهتمامًا كبيرًا من قبل المستفيدين للتواصل عبر المنصة , مع تصاعد ملحوظ في الاستفسارات على منصة "حياك "X, ما يتطلب متابعة دائمة لضمان الرد على كافة الاستفسارات بشكل فعال وفي وقت مناسب.

٢. إغلاق الطلبات في منصة حياك :

- تم إغلاق(8304) طلب على المنصة, ما يعكس جهودًا كبيرة في معالجة الطلبات وضمان المتابعة حتى إغلاقها.

التحليل النهائي لإدارات الإدارة العامة للاتصال المؤسسي ٢٠٢٤م:

- إدارة السمعة المؤسسية لعام ٢٠٢٤م :

٣. الطلبات المقدمة من منسوبي الجامعة:

▪ تم تقديم أكثر من (100) طلب واستفسار من منسوبي الجامعة, وهذا يدل على تفاعل من المستفيدين من داخل الجامعة متزايد مع المنصة .

٤. الدعم الفني لمنصة X :

▪تم تقديم أكثر من (35) دعمًا فنيًا لقطاعات الجامعة لمنصة X , ما يعكس وجود تفاعل واضح في التعامل مع المشاكل التقنية ومواكبة التحديثات والاحتياجات الخاصة بالمنصة من قبل إدارة السمعة المؤسسية لمختلف قطاعات الجامعة.

٥. الهوية البصرية:

▪ عدد المنشورات غير ملتزمة بالهوية البصرية بلغ (4) منشورات فقط بنهاية العام . رغم أن هذا العدد يبدو منخفضًا, إلا أنه يجب على الإدارة الاستمرار في توعية القطاعات المختلفة وتقديم الإرشادات لضمان الالتزام التام بالهوية البصرية, بما يتماشى مع رؤية واهداف الجامعة في الحفاظ على صورة مؤسسية موحدة ومتناسقة

ختاماً

تمثل النتائج الموضحة في التقرير مرجعاً لتحسين الأداء مع التأكيد على أهمية الاستمرار في التطوير المستند إلى البيانات ، مع التطلع إلى المزيد من التحسين والتميز في السنوات القادمة