

جامعة الشرقية
A'SHARQIYAH UNIVERSITY



لائحة العلاقات العامة والإعلام

2022/23

AD0010



المصادقة

تمت المصادقة على هذه الوثيقة من قبل:

الاسم	التاريخ
1- مجلس الجامعة الأكاديمي	22 مايو 2022
2- اللجنة الأكاديمية	21 يونيو 2022
3- مجلس أمناء الجامعة	23 يونيو 2022

التنفيذ والمسؤولية:

المسؤول عن الوثيقة	جهة التواصل	تاريخ التنفيذ
مدير دائرة العلاقات العامة والإعلام	دائرة العلاقات العامة والإعلام	18 يونيو 2023

أحكام عامة :

- عدم الامتثال لهذه السياسة / الإجراء تحت أي وجه يجعل من مرتكبه عرضةً أو محلاً للإجراءات التأديبية الخاصة بالجامعة.
- لن يكون لأي استثناء من هذه السياسة / الإجراء أي أثر قانوني في مواجهة الجامعة أو الغير ما لم يكن قد تم اعتماده والموافقة عليه من قبل رئيس الجامعة أو مجلس الإدارة أو مجلس الأمناء حسب كل حالة على حده.

تاريخ المراجعة:

النسخة	المؤلف	المراجعة (المراجعات) التي تم إجراؤها	التاريخ



1. الهدف العام

تهدف هذه اللائحة إلى تكوين رؤية واضحة بكل ما يتعلق بالعلاقات العامة والإعلام والتسويق والتصميم للوصول بهوية الجامعة ورؤيتها ورسالتها للفئات المستهدفة وترسيخ صورة معرفة بالجامعة كمؤسسة أكاديمية رائدة، حيث تتكون هذه اللائحة من 5 أقسام تغطي ما تم ذكره أعلاه.

1.1 الغرض

الغرض من هذه اللائحة هو:

- توثيق سياسات وإجراءات جامعة الشرقية في مجال الإعلام والتسويق والعلاقات العامة.
- ضمان الاتساق والانتظام في تطبيق سياسات العلاقات العامة والإعلام واجراءاتها؛ واستمرارية الإجراءات رغم تغييرات الموظفين.

2.1 أصحاب المصلحة/ذوي العلاقة الرئيسيين

- إدارة الجامعة
- وحدات الجامعة
- الطلبة
- أولياء الأمور
- المجتمع

3.1 النطاق:

تشمل هذه اللائحة السياسات والاجراءات للجوانب المجالات التالية:

- الإعلام التقليدي
- الإعلام الرقمي
- التسويق
- التصميم الجرافيكي
- التصميم الرقمي
- العلاقات العامة

4.1 هيكل اللائحة:

اللائحة مقسمة إلى فصول ويتم تقسيم الفصول إلى أقسام فرعية ويتم تغطية الأنشطة ذات الصلة في كل فصل إلى:
– الأحكام/السياسات – القواعد والانظمة الاساسية
– الإجراءات



5.1 توزيع المهام:

- تكون دائرة العلاقات العامة والإعلام هي المسؤولة عن تطبيق هذه اللائحة، ويجب مخاطبتها فيما يتعلق بجميع الاستفسارات وطلبات المراجعات المتعلقة بالمسائل المدرجة في اللائحة.
- تعتبر محتويات اللائحة معدة للاستخدام الداخلي بالجامعة فقط وغير متاحة للتداول أو النشر خارج حدود الجامعة، ويتم التحكم في توزيع اللائحة من خلال "سجل مراقبة توزيع اللائحة" (استمارة 1.1).

6.1 المراجعة:

- تكون مراجعة هذه اللائحة مسؤولية دائرة العلاقات العامة والإعلام مع الاعتبار بأن مراجعة هذه اللائحة هي الطريقة الرئيسية لتنفيذ التغييرات في أحكام وإجراءات العلاقات العامة والإعلام التي قد تنشأ استجابة للاحتياجات المتغيرة ومتطلبات الجامعة.
- كما توفر هذه المراجعات المرونة اللازمة لضمان بقاء اللائحة محدثة في جميع الأوقات ويمكن أن يقدم موظفي العلاقات العامة والإعلام أو أي موظف آخر في الجامعة طلباً لمراجعة هذه اللائحة، وعليه يجب تمرير مثل هذا الطلب من خلال مدراء الدوائر المعنية. وتقديم طلب لمراجعة هذه اللائحة في شكل "مقترح لمراجعة اللائحة" (استمارة 1.2).
- تقوم دائرة العلاقات العامة والإعلام باستعراض التغييرات المقترحة لهذه اللائحة، إذا لم تتم الموافقة على هذا المقترح، فيجب إرسال إخطار بذلك مع ذكر السبب، وإذا تمت الموافقة على المقترح تكلف دائرة العلاقات العامة والإعلام إجراء مراجعة مناسبة للصفحات ذات الصلة بهذه اللائحة.
- يتم توزيع الصفحات المنقحة على جميع المعنيين بهذه اللائحة، جنباً إلى جنب مع رسالة تغطية تحدد المرفقات والتاريخ الفعلي لتنفيذ المراجعة. مرفق "صحيفة التحكم في مراجعة هذه اللائحة" (استمارة 1.3).

7.1 الاستثمارات

الوصف	رقم الاستمارة
نموذج التحكم في توزيع اللائحة.	1.1
نموذج مراجعة اللائحة.	1.2
نموذج التحكم في مراجعة اللائحة.	1.3

8.1 فهرس الاختصارات والمصطلحات

المصطلح/الاختصار	التعريف
الجامعة	جامعة الشرقية
الرئيس	رئيس الجامعة



نائب الرئيس	نائب الرئيس للموارد والدعم المؤسسي
مدير الدائرة	مدير دائرة العلاقات العامة والإعلام
الدائرة	دائرة العلاقات العامة والإعلام
الوحدة	الكلية / الدائرة بالجامعة

9.1 التعريفات

المصطلح/الاختصار	التعريف
الاعلام التقليدي	النشر والإعلان في جميع وسائل الإعلام التقليدية المقروءة والمرئية والمسموعة من خلال التلفاز، والراديو والجرائد والمجلات.
الاعلام الرقمي	جميع وسائل التواصل الإعلامية الإلكترونية.
التسويق	التعريف بمهوية وكيان الجامعة والخدمات والبرامج التي تقدمها الجامعة والترويج لها.
التصميم الجرافيكي	تصميم الإعلانات والمنشورات والشعارات والوثائق اللونية والشكلية المتعلقة باحتياجات الجامعة وهويتها.
التصميم الرقمي	إنتاج الأفلام والعروض المرئية والمصورة، والمقاطع المتحركة، والشخصيات الكرتونية وتستخدم للإعلانات الترويجية، والأفلام الوثائقية، والتغطيات المصورة التوثيقية.

10.1 الادوار والمسؤوليات

1. تتولى دائرة العلاقات العامة والإعلام تفعيل هذه اللائحة من خلال المتابعة والإشراف على تطبيق أحكام وإجراءات جميع ما جاء في هذه اللائحة.

2. الإعلام التقليدي:

1. توضع الخطط الإعلامية السنوية لجميع برامج الدائرة والفعاليات الرئيسية وتغطيتها إعلامياً بالتنسيق مع الوحدات ذات العلاقة.
2. لا يجوز لأي موظف أو طالب بالظهور الإعلامي لتمثيل الجامعة أو باسم الجامعة أو التصريح عن الجامعة أو كل ما يتعلق بها على المنصات الإعلامية التقليدية والإلكترونية بدون موافقة كتابية مسبقة من قبل الدائرة.
3. تحتفظ الدائرة بجميع التغطيات الإخبارية والتقارير الإعلامية المتعلقة بالجامعة التي تم تغطيتها مباشرة من خلال الدائرة أو عن طريق مراسلي وممثلي الجهات الإعلامية في الأرشيف الإعلامي الإلكتروني تبعاً للوائح والأنظمة المعمول بها في الجامعة.
4. تعد المادة الإعلامية بعد النشر ملكاً لجهة نشرها ولا يجوز طلب تعديلها أو إلغائها.



5. يمكن لجميع وحدات الجامعة نشر الإعلانات المدفوعة عن طريق الدائرة، حيث يتم الصرف لهذه الإعلانات من موازنة الدائرة تحت بند الإعلانات المدفوعة على أن يقرر مدير الدائرة في أولوية الإعلانات المدفوعة.

2.1. التغطية الإعلامية:

تغطية جميع الفعاليات والمناشط والأحداث البارزة أو من تنظيم الجامعة، ونشرها في وسائل الإعلام المختلفة، وتوثيقها فيما بعد في الأرشيف الإلكتروني للدائرة، على أن يتم الموافقة على أولوية التغطيات من قبل مدير الدائرة.

إجراءات التغطية الإعلامية:

1. تتقدم الوحدة المنظمة للفعالية بطلب تغطية إعلامية من خلال تعبئة استمارة طلب التغطية وإرسالها للدائرة قبل الفعالية بمدة لا تقل عن 3 أيام عمل.
2. يقوم الموظف المختص بالإعلام بنفسه أو من خلال دعوة المراسلين والإعلاميين المسؤولين عن التغطيات الإخبارية في المنطقة بتغطية الفعالية.
3. يقوم الموظف المختص بالإعلام بصياغة ومراجعة المادة الإخبارية قبل إرسالها لجهات النشر الإعلامي.
4. يقوم الموظف المختص بمتابعة النشر مع الجهات المعنية ومراجعة ما تم نشره.

2.2. التوثيق الإعلامي والأرشفة:

تحتفظ الدائرة بجميع التغطيات الإخبارية والتقارير الإعلامية المتعلقة بالجامعة التي تم تغطيتها مباشرة من خلال الدائرة أو عن طريق مراسلي وممثلي الجهات الإعلامية في الأرشيف الإعلامي الإلكتروني الخاص بقسم الإعلام في دائرة العلاقات العامة والإعلام.

إجراءات التوثيق الإعلامي والأرشفة:

1. يقوم الموظف المختص بعد انتهاء الفعالية ونشر أخبارها في مواقع التواصل الاجتماعي بجمع ما تم تغطيته ونشره لتوثيقه في الأرشيف الإلكتروني.
2. يقوم الموظف المختص بتحديث الأرشيف بشكل مستمر.
3. يقوم الموظف المختص بتصفية الأرشيف كل 3 سنوات الأقدم فالأحدث.
4. يقوم الموظف المختص بتحويل كافة الطلبات الواردة للمحفوظات في الأرشيف لمدير الدائرة لأخذ الموافقة الرسمية لذلك.

2.3. النشر المدفوع:

ويقصد به، كل ما يتم نشره وتوزيعه مقابل مبلغ مادي مثل الإعلانات، التهاني المباركات، الحملات التسويقية، الملاحق الاستثنائية، الأخبار والتغطيات المدفوعة.



1. تقوم الدائرة ممثلة في قسم الإعلام بالتعاقد مع وسائل الإعلام التقليدي المختلفة لنشر وتوزيع بعض المنشورات المدفوعة (إعلان، حملة تسويقية، تهنئة، تعزية، مباركة).
2. تقوم وحدات الجامعة بالتقدم بطلب للدائرة للنشر المدفوع، بعد الحصول على الموافقة المسبقة من المسؤول المباشرة للوحدة المتقدمة بالطلب.
3. يقوم الموظف المختص بالإعلام بتمرير الطلب والتنسيق بين الجهات الإعلامية المختلفة على حسب نوع المادة أو المحتوى المراد نشرة ونوع جهة النشر.
4. يقوم الموظف المختص بالإعلام بالتواصل والتنسيق بين الوحدة الطالبة للنشر وجهة النشر بعد إرساء العطاء من قبل دائرة العقود والمشتريات.
5. يقوم الموظف المسؤول بصياغة وتدقيق المادة الإعلامية للنشر الإعلامي المدفوع فور استلامها من الوحدة الطالبة قبل النشر.

3. الإعلام الرقمي:

1. تمثل الجامعة بحساب رسمي واحد في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي تتولى إدارتها الدائرة.
2. يجوز لوحدة الجامعة إنشاء حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي بغرض التعريف والتسويق وتوسيع دائرة النشر والتوزيع بما يتفق مع رسالة الجامعة وهويتها على أن يكون لكل وحدة حساب إلكتروني واحد فقط يدار من قبلها (يحمل اسمها متبوعا باختصار أو اسم الجامعة) ويتولى إدارة الحساب أحد منتسبيها بعد موافقة إدارة الجامعة.
3. يجوز للمجلس الاستشاري الطلابي والجماعات الطلابية إنشاء حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي بغرض التعريف بمناشطها وفعاليتها وبرامجها بعد موافقة إدارة الجامعة على أن تتولى دائرة شؤون الطلبة الإشراف على هذه الحسابات.
4. لا يجوز لأي فرد أو مؤسسة إنشاء حساب يحمل صورة أو اسم أو ما يشير لجامعة الشرقية، أيًا كانت محتوياته، ومن يخالف ذلك، سوف يتم تحويله للمساءلة القانونية.
5. جميع مواد النشر المستلمة من الوحدات يجب أن تكون مراجعة ومدققة من قبل الوحدة المرسله قبل إرسالها لدائرة العلاقات العام والإعلام للنشر.
6. يمنع من النشر كل ما من شأنه الإساءة أو ما يتعلق بالأديان والمعتقدات الدينية والطائفية والمذاهب، وكل ما من شأنه المساس بالسياسة والقضايا السياسية التي تمس السلطنة والدول الأخرى، وكل ما به إساءة مباشرة، أو غير مباشرة لفرد، أو مؤسسة، أو مجتمع، وكل ما يتعلق بشائعه أو منشور مغرض لشبهه، وكل ما يتعلق بالإعلانات التجارية التي لا تمت للجامعة أو مجتمع الجامعة بصلة بدون موافقة مسبقة، وكل ما ينضوي تحت (يمنع من النشر) أو يتم منعه بقرار رسمي من إدارة الجامعة.
7. تتخذ الإجراءات المحددة في (مخالفات الاعلام الرقمي) تجاه المخالفين للأحكام الواردة أعلاه.



3.1 الحسابات الرسمية للجامعة:

هي الحسابات الرسمية الممثلة لجامعة الشرقية والوحدات التابعة لها في مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة مثل الفيسبوك، تويتر، الإنستغرام، اليوتيوب، لينكدن، وتحمل هذه الحسابات اسم الجامعة كإثبات لهويتها الإلكترونية وتعتمد شعار الجامعة أو ما يشير لها كصورة معرفة للحسابات المذكورة.

إجراءات الحسابات الرسمية:

1. يقوم الموظف المسؤول عن إدارة الحساب الأساسي للجامعة بنشر كل الأخبار والإعلانات والأحداث على هذه الحسابات بعد مراجعتها وتدقيقها وأخذ الموافقة على النشر من الجهة المعنية.
2. يقوم الموظف المختص بمتابعة كل ما ينشر عن الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل مع الناشرين عن الجامعة لضمان عدم الإضرار باسم أو صورة الجامعة على هذه المنصات وإبلاغ الإدارة في حال وجود مثل هذه الأضرار لاتخاذ اللازم نحو عملية الإصلاح.
3. يقوم الموظف المختص بإصدار تقرير شهري عن أعداد المنشورات والمتابعين، وتقرير عن الضبطيات لاستخدام اسم وشعار الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي.
4. يتقدم مدير/عميد الوحدة بطلب إنشاء/إدارة حساب خاص للوحدة على مواقع التواصل الاجتماعي لدائرة العلاقات العامة والإعلام.
5. يتم إشعار المسؤول المباشر للوحدة المتقدمة بالطلب بالموافقة أو الرفض خلال 3 أيام عمل من استلام الطلب.
6. يتابع الموظف المختص في دائرة العلاقات العامة والإعلام كل ما ينشر في حسابات الوحدات الأخرى.

3.2 مواد النشر على الحسابات الرسمية:

وهو المادة التي يتم نشرها على الحسابات الخاصة بالجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار الفعاليات والإعلانات والأحداث المكتوبة أو المصورة. ويتم نشر هذه المواد ضمن عدة سياسات وضوابط تتابعها وتشرف عليها الدائرة.

إجراءات مواد النشر:

1. يقوم مدير الحساب باستلام مادة النشر من وحدات الجامعة المختلفة.
2. يقوم مدير الحساب بمراجعة وتدقيق مادة النشر للمنشورات العامة.
3. ينشر مدير الحسابات الأخبار على جميع الحسابات في مواقع التواصل الاجتماعي.
4. يتابع مدير الحسابات ما يتم نشره على الحسابات المرتبطة بحساب الجامعة.

5. يتابع مدير الحساب الردود والاستفسارات على المنشورات التي تم نشرها وتقديم تقرير بها للإدارة.

3.3. الإجراءات المتخذة في مخالفات الإعلام الرقمي:

المخالفة	المخالفة	الإجراء
إنشاء حساب يحمل اسم أو صورة أو محتوى يشير لجامعة الشرقية	طالب/ة	<ul style="list-style-type: none"> • يتم التواصل وديا مع المخالف لإغلاق الحساب • يحال للجنة المسائلة الطلابية في حال امتناعه عن إغلاق الحساب
نشر أو الإشارة أو الرد على كل ما من شأنه الإساءة لجامعة الشرقية أو أحد منتسبيها	موظف/ة	<ul style="list-style-type: none"> • يتم التواصل وديا مع المخالف لإغلاق الحساب • يحال للجنة المسائلة الإدارية بإدارة الموارد البشرية في حال امتناعه عن إغلاق الحساب
نشر بيانات أو أخبار أو معلومات عن جامعة الشرقية دون أخذ الموافقة المسبقة	من خارج الجامعة	<ul style="list-style-type: none"> • يتم التواصل وديا مع المخالف لإغلاق الحساب • يحال للمساءلة القانونية في الجهات المختصة في حال امتناعه عن إغلاق الحساب
نشر أو الإشارة أو الرد على كل ما من شأنه الإساءة لجامعة الشرقية أو أحد منتسبيها	طالب/ة	<ul style="list-style-type: none"> • يتم التواصل وديا مع المخالف لحذف ما تم نشره أو الإشارة إليه • يحال للجنة المسائلة الطلابية في حال امتناعه عن حذف ما تم نشره أو الإشارة إليه
نشر بيانات أو أخبار أو معلومات عن جامعة الشرقية دون أخذ الموافقة المسبقة	موظف/ة	<ul style="list-style-type: none"> • يتم التواصل وديا مع المخالف لحذف ما تم نشره أو الإشارة إليه • يحال للجنة المسائلة الإدارية بدائرة الموارد البشرية في حال امتناعه عن حذف ما تم نشره أو الإشارة إليه
نشر بيانات أو أخبار أو معلومات عن جامعة الشرقية دون أخذ الموافقة المسبقة	من خارج الجامعة	<ul style="list-style-type: none"> • يتم التواصل وديا مع المخالف لحذف ما تم نشره أو الإشارة إليه • يحال للمساءلة القانونية في الجهات المختصة بواسطة المستشار القانوني للجامعة
نشر بيانات أو أخبار أو معلومات عن جامعة الشرقية دون أخذ الموافقة المسبقة	طالب/ة	<ul style="list-style-type: none"> • يتم التواصل وديا مع المخالف لحذف ما تم نشره أو الإشارة إليه • يحال للجنة المسائلة الطلابية في حال امتناعه عن حذف ما تم نشره أو الإشارة إليه
نشر بيانات أو أخبار أو معلومات عن جامعة الشرقية دون أخذ الموافقة المسبقة	موظف/ة	<ul style="list-style-type: none"> • يتم التواصل وديا مع المخالف لحذف ما تم نشره أو الإشارة إليه • يحال للجنة المسائلة الإدارية بدائرة الموارد البشرية في حال امتناعه عن حذف ما تم نشره أو الإشارة إليه
نشر بيانات أو أخبار أو معلومات عن جامعة الشرقية دون أخذ الموافقة المسبقة	من خارج الجامعة	<ul style="list-style-type: none"> • يتم التواصل وديا مع المخالف لحذف ما تم نشره أو أشار إليه • يحال للمساءلة القانونية في الجهات المختصة في حال امتناعه عن حذف ما تم نشره أو الإشارة إليه

4. التسويق:

1. يجوز للدائرة ولوحدات الجامعة المشاركة أو تنفيذ الحملات التسويقية بعد موافقة إدارة الجامعة وفق الخطط والموازنات المالية المعتمدة.
2. على الدائرة وجميع وحدات الجامعة التقيد بالأنظمة والقوانين المعمول بها في تنظيم الحملات التسويقية والترويجية.

4.1. الإعلانات والحملات التسويقية

ويقصد بها الحملات الدعائية للبرامج والخدمات والفعاليات والمناشط وإعلانات البيع والشراء وإعلانات التوظيف.



1. تتقدم وحدات الجامعة المختلفة بطلبات تنظيم الإعلانات والحملات التسويقية أثناء إعداد الخطط التشغيلية السنوية لوحدة الجامعة للدائرة
2. يقوم الموظف المختص بمراجعة جميع الطلبات وتصفيتها وتنظيمها وتضمينها ضمن خطة الحملات الدعائية السنوية بعد أخذ الموافقات اللازمة
3. يقوم الموظف المختص بإعداد مادة الإعلان بالتنسيق مع الوحدة الراغبة للإعلان وأخذ الموافقات اللازمة
4. يرسل الموظف مادة الإعلان للمصمم لتصميم مادة الإعلان قبل بدء الحملة التسويقية بمدة لا تقل عن 5 أيام عمل
5. تنشر الدائرة المادة الاعلانية حسب الخطة الزمنية الموضوعة في جهات النشر والإعلان المتفق عليها
6. يرسل الموظف المختص رابط تقييم الإعلان او الحملة التسويقية للوحدة الطالبة بعد انتهاء الحملة

4.2. تسويق البرامج الأكاديمية

ويقصد بها الحملات التسويقية والدعائية للبرامج الأكاديمية الخاضعة لموافقة واشتراطات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار.

إجراءات تسويق البرامج الأكاديمية:

1. تتقدم الكلية المقدمة للبرنامج بطلب تصميم إعلان تسويقي للبرنامج للدائرة من خلال مكتب نائب رئيس الجامعة للشؤون الأكاديمية والبحث العلمي مرفق بمادة الإعلان حسب موافقة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار
2. يتم التنسيق مع الكلية المقدمة بالطلب من خلال مكتب نائب رئيس الجامعة للشؤون الأكاديمية والبحث العلمي بطلب الشروط والمواصفات المراد تصميمها وإدراجها في الإعلان
3. يقوم تصميم المادة تصميم جرافيكي/رقمي حسب المتطلب
4. يتم تسليم التصميم بعد الانتهاء منه لمكتب نائب رئيس الجامعة للشؤون الأكاديمية والبحث العلمي لأخذ الموافقات النهائية قبل الرفع للوزارة
5. يقوم الموظف المختص برفع الإعلان على الوصلة الإلكترونية الخاصة بالموافقة على إعلانات البرامج الأكاديمية بموقع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار لأخذ موافقة الوزارة النهائية قبل النشر
6. ينشر الإعلان حسب المدة الزمنية في قنوات الدعاية والنشر المتفق عليها
7. يرسل الموظف المختص رابط تقييم الإعلان او الحملة التسويقية للبرنامج للوحدة الطالبة بعد انتهاء الحملة

5. تصميم المواد الإعلامية والدعائية

1. يجب أن تتماشى جميع التصميمات مع هوية الجامعة ورسالتها وقيمتها.



2. يتوجب اعتماد التصاميم من إدارة الجامعة حسب جدول الصلاحيات.

5.1 التصميم الجرافيكي

ويقصد به تصميم الإعلانات والمنشورات والشعارات والوثائق اللونية والشكلية المتعلقة باحتياجات الجامعة وهويتها

إجراءات التصميم الجرافيكي:

1. تتقدم الوحدة الطالبة للتصميم بطلب التصميم لمدير الدائرة
2. يقوم مدير الدائرة بتمرير الطلب للمصمم الجرافيكي بالدائرة
3. يقوم المصمم الجرافيكي بالتواصل مع الوحدة الطالبة للتصميم للحصول على توضيح وتفسير لشكل التصميم المطلوب ومكوناته ودرجاته اللونية
4. يقوم المصمم بتصميم وتسليم المطلوب خلال مدة لا تزيد عن 5 إلى 10 أيام عمل للتصاميم البسيطة (بروشور، بوستر، شعار، ثيم، شهادة، واجهة، وكل ما يتم تقديره بالتصميم البسيط من قبل المصمم الجرافيكي) وخلال مدة لا تزيد عن 30 إلى 60 يوم للتصاميم الكبيرة والمعقدة (كتاب، مجلة، مجلد، جريدة، دليل، مجموعة تصميم متكاملة)
5. يقوم المصمم بتسليم التصميم لمدير الدائرة من خلال مسؤولة المباشر بعد الانتهاء من التصميم والتعديل
6. يقوم مدير الدائرة أو المسؤول المباشر للمصمم بتسليم التصميم للوحدة الطالبة للتصميم خلال مدة لا تزيد عن يومين عمل بعد انتهاء التصميم
7. يرسل المصمم رابط تقييم التصميم للوحدة الطالبة بعد تسليم التصميم

5.2 التصميم الرقمي

ويقصد به إنتاج الأفلام والعروض المرئية والمصورة، والمقاطع المتحركة، والشخصيات الكرتونية وتستخدم للإعلانات الترويجية، والأفلام الوثائقية، والتغطيات المصورة التوثيقية.

إجراءات التصميم الرقمي:

1. تتقدم الوحدة الطالبة للتصميم بطلب التصميم لمدير الدائرة
2. يقوم مدير الدائرة بتمرير الطلب للمصمم الرقمي بالدائرة
3. يقوم المصمم الرقمي بالتواصل مع الوحدة الطالبة للتصميم للحصول على توضيح وتفسير لشكل التصميم المطلوب ومكوناته
4. يقوم المصمم بتصميم وتسليم المطلوب خلال مدة لا تزيد عن 5 إلى 15 يوم عمل للتصاميم البسيطة (فيلم قصير، فيديو دعائي ترويجي، تحريك فيلمي، الرسم البياني المتحرك وكل ما يتم تقديره بالتصميم البسيط من قبل المصمم الرقمي) وخلال مدة



لا تزيد عن 30 إلى 60 يوم للتصاميم الكبيرة والمعقدة (فيلم وثائقي، الأفلام التعريفية والترويجية التي تزيد عن 5 دقائق، إنتاج

وتحريك الشخصيات وكل ما يتم تقديره بالتصميم الكبير من قبل المصمم الرقمي)

5. يقوم المصمم بتسليم التصميم لمدير الدائرة من خلال مسؤولة المباشر بعد الانتهاء من التصميم والتعديل
6. يقوم مدير الدائرة بتسليم التصميم للوحدة الطالبة للتصميم خلال مدة لا تزيد عن يومين عمل بعد انتهاء التصميم
7. يرسل المصمم رابط تقييم التصميم للوحدة الطالبة بعد تسليم التصميم

6. العلاقات العامة

1. تحتفظ الدائرة بقاعدة بيانات للمؤسسات والأفراد بغرض تحقيق التواصل المستمر بما يحقق أهداف الجامعة.
2. اعتماد بروتوكول رسمي للفعاليات والزيارات الرسمية من قبل إدارة الجامعة.
3. يجوز للدائرة ولوحدات الجامعة التواصل مع المؤسسات الحكومية والخاصة والأفراد للحصول الدعم المادي والعيني لإقامة المناشط والفعاليات بعد الحصول على موافقة إدارة الجامعة، على أن يتم توثيق أي نوع من الدعم من قبل الدائرة.
