



دليل السياسات والإجراءات - إدارة الاتصال المؤسسي

مؤسسة المدينة المنورة

رقم الوثيقة: QD CCD VF/R0

التاريخ: فبراير ٢٠٢١



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

معلومات الدليل:

إدارة	إدارة الاتصال المؤسسي
اسم الوثيقة	دليل السياسات والإجراءات لإدارة الاتصال المؤسسي
رقم الوثيقة	QD-CCD-VF/R0

سجل اعتماد الدليل:

الوصف	الاسم	المسمى الوظيفي	التوقيع	التاريخ
اعداد				
مراجعة				
مطابقة				
اعتماد				

سجل التعديلات على الدليل:

الرقم	تاريخ المراجعة	نطاق التعديل	رقم الإصدار الجديد	وصف التغيير	الاعتماد
1					
2					
3					
4					

الفهرس

1. مقدمة 3
2. رموز توثيق الإجراءات 4
3. هيكلية السياسات والإجراءات - إدارة الاتصال المؤسسي 5
 - 3.1. إجراءات: إعداد الخطة التشغيلية السنوية الخاصة بإدارة التواصل المؤسسي 6
4. هيكلية السياسات والإجراءات - قسم العلاقات العامة والاعلام 10
 - 4.1. إجراءات: إدارة الفعاليات والحملات 11
 - 4.2. إجراءات: إعداد مصفوفة قنوات الاتصال الخارجي 15
 - 4.3. إجراءات: الاتصال مع العملاء 18
5. هيكلية السياسات والإجراءات - قسم التسويق 21
 - 5.1. إجراءات: تطوير خطة التسويق 22
 - 5.2. إجراءات: الإعلان عن أنشطة الجائزة 25

1. مقدمة

الهدف من الدليل

تحديد وتوثيق سياسات وإجراءات إدارة الاتصال المؤسسي في مؤسسة جائزة المدينة المنورة لإيضاح سير عمل الإجراءات مع شرح خطوات كل إجراء. كما يوضح علاقات العمل بين الأقسام وبين الأقسام الأخرى المعنية.

توضيح الدليل

يجب توجيه أي استفسارات أو تساؤلات متعلقة بتفسير أحكام الدليل إلى مُعد الدليل. وفي الحالات التي قد تطرأ ولا يشملها الدليل، ينبغي معالجة مثل هذه الحالات والتعامل معها من قبل الإدارة التنفيذية وفقاً للصلاحيات المفوضة.

تحديث الدليل

تتم مراجعة دليل السياسات والإجراءات بشكل سنوي وفقاً لإجراءات ضبط الوثائق المعتمدة، للتأكد من أن الدليل محدث وشامل للحالات التي يتوجب معالجتها من قبل الإدارات المعنية وبما يخدم أهداف الدليل.

الاطلاع على الدليل

يعتبر هذا الدليل مُلْكاً لمؤسسة جائزة المدينة المنورة ولا يحق لغير منسوبيه استعماله، ولقد تم إعداد هذا الدليل ليكون وفقاً لمتطلبات العمل في المؤسسة لضمان كفاءة الضوابط الداخلية والخارجية، لذا يجب إتاحة المجال للمعنيين وحسب الصلاحيات الممنوحة للاطلاع على هذا الدليل والرجوع إليه عند الحاجة، وتعتبر جميع النسخ المطبوعة من هذا الدليل غير معتمدة ما لم توثق من قِبل إدارة التخطيط والتطوير.

2. رموز توثيق الإجراءات

م	الرمز	التعريف	الشرح
1		بداية / نهاية	يبين هذا الرمز بداية و(أو) نهاية الإجراء.
2		خطوة	يبين هذا الرمز خطوة ضمن الإجراء تُنفذ بشكل يدوي.
3		خطوة مؤتمتة	يبين هذا الرمز خطوة ضمن الإجراء تُنفذ بشكل مؤتمت على النظام.
4		قرار	يبين هذا الرمز القرارات التي يتوجب اتخاذها لاستكمال الإجراء.
5		إجراء آخر	يبين هذا الرمز الإشارة إلى إجراء آخر خارج الإجراء الحالي.
6		وثيقة	يمثل هذا الرمز وثيقة سواء مدخل أو مخرج ومن الأمثلة على ذلك: تقرير، نموذج، إلخ ...
7		نقطة وصل	يمثل هذا الرمز نقطة وصل بين الخطوات المتباعدة ضمن نفس الإجراء.
8		نقطة وصل خارج الصفحة	يمثل هذا الرمز نقطة وصل بين الخطوات المتباعدة ضمن صفحة أخرى لنفس الإجراء.

3. هيكلية السياسات والإجراءات - إدارة الاتصال المؤسسي

م	إسم الاجراء	رمز الإجراء	القسم
1	إعداد الخطة التشغيلية السنوية الخاصة بإدارة التواصل المؤسسي	CCD-P01-VF	إدارة الاتصال المؤسسي
2			

السياسات العامة - إدارة الاتصال المؤسسي

م	نص السياسة
1	يجب على إدارة الاتصال المؤسسي أن تكون المصدر الرسمي للأخبار والمعلومات عن المؤسسة، وان تقوم بإبراز هوية المؤسسة، وتعزز صورتها الإيجابية وتسلب الضوء على دورها المتميز أمام المجتمع. كذلك يجب على الإدارة العمل على تعزيز التواصل الخارجي والداخلي الفعّال والتواصل مع كافة وسائل الإعلام والجهات الحكومية ومؤسسات المجتمع المختلفة وتقديم كافة الدعم اللوجستي والإعلامي لكافة الفعاليات والاحتفالات التي تقام في المؤسسة. ومن مهامها تطوير الخطة التشغيلية الخاصة بالادارة.

3.1 الإجراء: إعداد الخطة التشغيلية السنوية الخاصة بإدارة التواصل المؤسسي

السياسات المتعلقة بالإجراءات

م	نص السياسة
1	<p>لائحة النظام المالي</p> <p>المادة السابعة عشرة:</p> <p>تعد المؤسسة خطة تشغيلية سنوية من قبل المدير التنفيذي بمشاركة مدراء الإدارات التنظيمية وبعتماد من الأمين العام وفقاً لخطةها الاستراتيجية، وتتكون من الخطط الفرعية التالية:</p> <ul style="list-style-type: none"> • خطة البرامج والأنشطة. • خطة العمليات الداخلية وتنمية الموارد البشرية. • خطة لتنمية الموارد المالية. • تعتبر الخطة التشغيلية السنوية أساساً لإعداد الموازنة التقديرية في المؤسسة.

بطاقة الإجراء

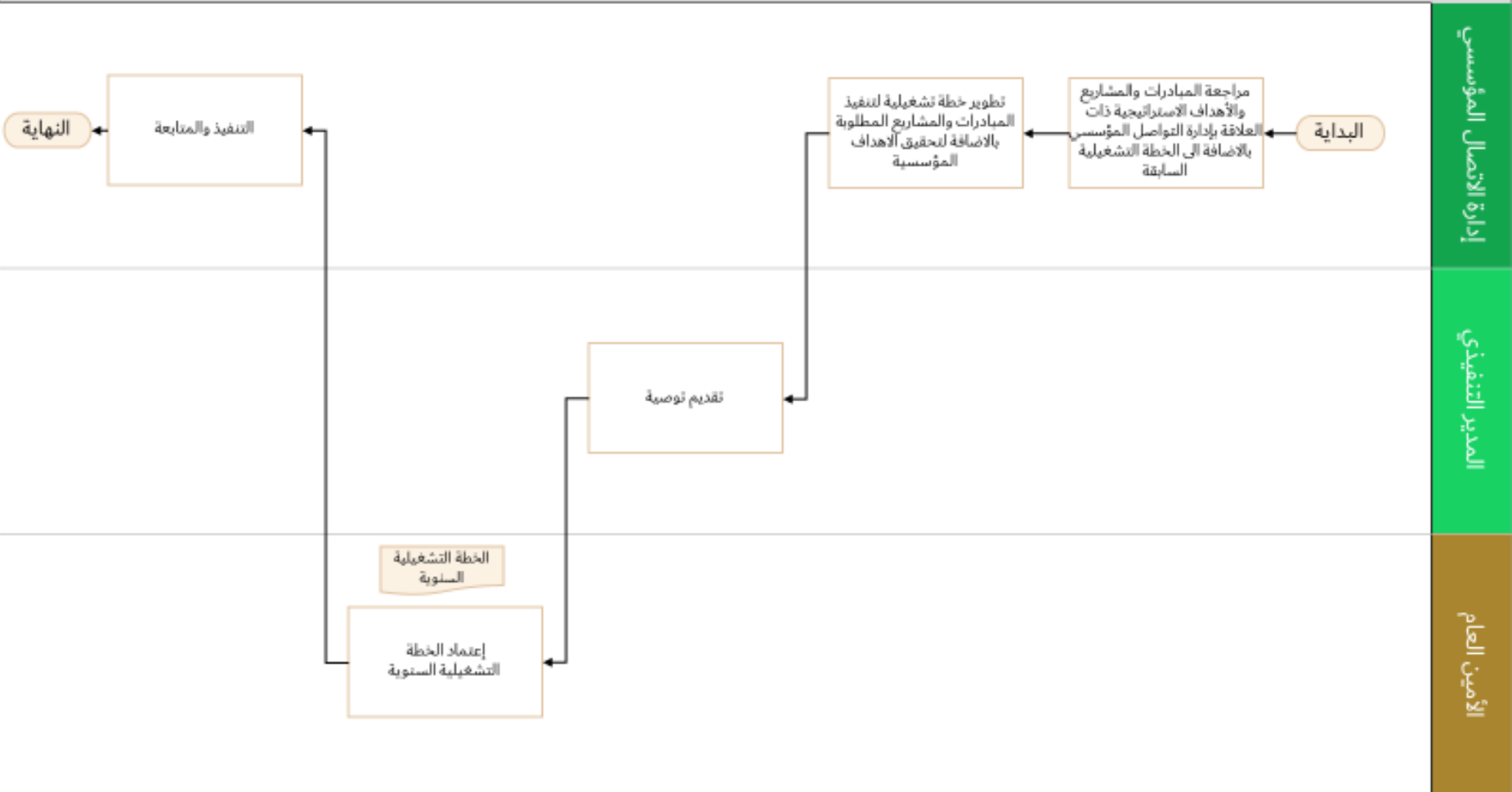
الإجراء	إعداد الخطة التشغيلية السنوية الخاصة بإدارة التواصل المؤسسي	الرمز	CCD-P01-VF
الهدف	قيادة وتوجيه كافة اقسام إدارة التواصل المؤسسي حسب خطة المؤسسة الاستراتيجية		
النطاق	يطبق هذا الإجراء على كافة اقسام إدارة التواصل المؤسسي		

دورية القياس	الوصف	المؤشر
دوري	الالتزام بتطبيق الخطة التشغيلية من قبل كافة الاقسام	نسبة إنجاز الخطة التشغيلية لإدارة التواصل

مصفوفة الصلاحيات

الصلاحيات					النشاط	م
اطلاع	اعتماد	توصية	مراجعة	إعداد		
-	الأمين العام	المدير التنفيذي	-	مدير إدارة الاتصال المؤسسي	إعداد الخطة التشغيلية السنوية الخاصة بإدارة التواصل المؤسسي	1

اعداد الخطة التشغيلية السنوية الخاصة بإدارة التواصل المؤسسي



م	الخطوة	المسؤول	الوثائق ذات العلاقة
1	مراجعة المبادرات والمشاريع والأهداف الاستراتيجية ذات العلاقة بإدارة التواصل المؤسسي بالإضافة الى الخطة التشغيلية السابقة	إدارة الاتصال المؤسسي	-
2	تطوير خطة تشغيلية لتنفيذ المبادرات والمشاريع المطلوبة بالإضافة لتحقيق الاهداف المؤسسية	إدارة الاتصال المؤسسي	-
4	تقديم التوصية	المدير التنفيذي	-
5	تقديم الاعتماد	الأمين العام	الخطة التشغيلية السنوية
6	التنفيذ والمتابعة	إدارة الاتصال المؤسسي	-

الوثائق ذات العلاقة

رمز الوثيقة	الوثيقة
QF-FSR-VF/R0	لائحة النظام المالي

4. هيكلية السياسات والإجراءات - قسم العلاقات العامة والاعلام

م	إسم الاجراء	رمز الإجراء	القسم
1	إدارة الفعاليات والحملات	Com-P01-VF	قسم العلاقات العامة والإعلام
2	إعداد مصفوفة قنوات الاتصال الخارجي	Com-P02-VF	قسم العلاقات العامة والإعلام
3	الاتصال مع العملاء	Com-P03-VF	قسم العلاقات العامة والإعلام
4			

السياسات العامة - قسم العلاقات العامة والاعلام

م	نص السياسة
1	يجب على قسم العلاقات العامة والإعلام تنظيم وإدارة جميع الفعاليات الخاصة بالمؤسسة وترتيب المقابلات والبيانات الصحفية للترويج للمؤسسة ومنتجاتها وخدماتها.

4.1 الإجراء: إدارة الفعاليات والحملات

السياسات المتعلقة بالإجراءات

م	نص السياسة
1	يقوم قسم العلاقات العامة والإعلام في الربع الأول من كل سنة بتصميم وتنفيذ استراتيجية التسويق المتوافقة مع الخطة التشغيلية بعد اعتمادها من مدير إدارة الاتصال المؤسسي والتي تشمل نظام اتصال مع الجهات الداخلية لضمان تنفيذ الخطة وعدم تداخل الصلاحيات وكذلك العديد من قنوات التواصل ومنها المقابلات الصحفية والفعاليات والحملات المختلفة

بطاقة الإجراء

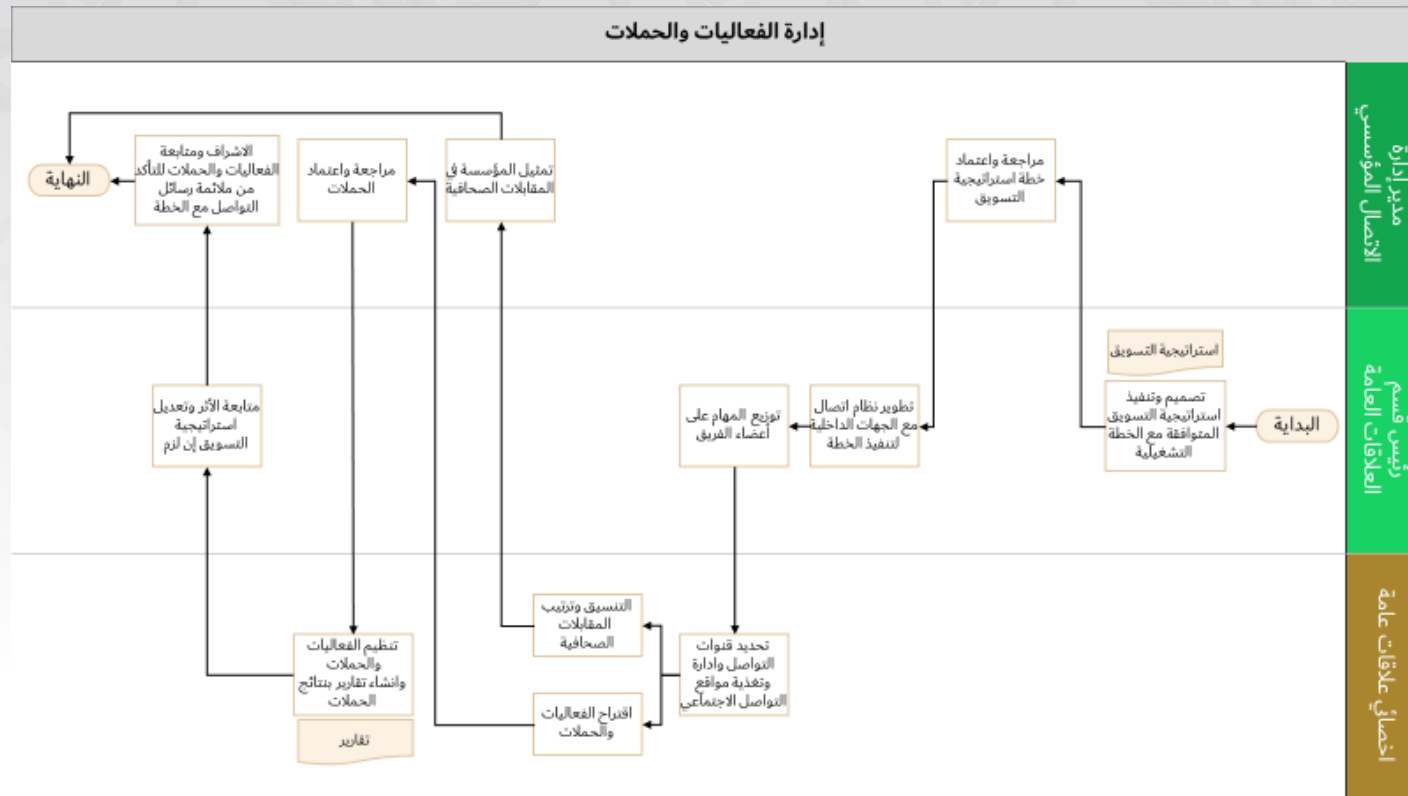
الإجراء	إدارة الفعاليات والحملات	الرمز	Com-P01-VF
الهدف	دعم صورة المؤسسة وأهدافها ومشاركة الأنشطة في وسائل الإعلام التي تعكس صورة المؤسسة ورسالتها		
النطاق	يطبق هذا الإجراء على كافة الأنشطة والحملات الخاصة بالمؤسسة		

مؤشرات الأداء

المؤشر	الوصف	دورية القياس
الأنشطة والحملات	عدد الأنشطة والحملات والفعاليات التي تم المشاركة فيها ومدى فعاليتها	دورية
المقابلات الصحفية	عدد المقابلات الصحفية التي تم تمثيل المؤسسة من خلالها	دورية

م	النشاط	الصلاحيات		
		إعداد	مراجعة	توصية
1	إدارة الفعاليات والحملات	إحصائي العلاقات العامة والإعلام	مدير إدارة الاتصال المؤسسي	مدير إدارة الاتصال المؤسسي

مخطط سير الإجراء



م	الخطوة	المسؤول	الوثائق ذات العلاقة
1	تصميم وتنفيذ استراتيجية التسويق المتوافقة مع الخطة التشغيلية السنوية	رئيس قسم العلاقات العامة والاعلام	استراتيجية التسويق
2	مراجعة واعتماد استراتيجية التسويق المتوافقة مع الخطة التشغيلية السنوية	مدير إدارة الاتصال المؤسسي	-
3	تطوير نظام اتصال مع الجهات الداخلية بتنفيذ خطة استراتيجية التشغيل	رئيس قسم العلاقات العامة والاعلام	-
4	توزيع المهام على أعضاء الفريق	رئيس قسم العلاقات العامة والاعلام	-
5	تحديث قنوات التواصل وإدارة وتغذية مواقع التواصل الاجتماعي	اخصائي علاقات عامة	-
6	تنسيق وترتيب المقابلات الصحافية	اخصائي علاقات عامة	-
	تمثيل المؤسسة في المقابلات الصحفية	مدير إدارة الاتصال المؤسسي	-
7	اقتراح الفعاليات والحملات	اخصائي علاقات عامة	-
	مراجعة واعتماد الحملات	مدير إدارة الاتصال المؤسسي	-
	تنفيذ وتنظيم ومتابعة الفعاليات والحملات وانشاء تقارير بنتائج حملات العلاقات العامة	اخصائي علاقات عامة	التقارير

-	رئيس قسم العلاقات العامة	متابعة الأثر وتعديل استراتيجية التسويق ان لزم
-	مدير إدارة الاتصال المؤسسي	الاشراف ومتابعة الحملات للتأكد من ملائمة رسائل التواصل مع الخطة

الوثائق ذات العلاقة

الوثيقة	رمز الوثيقة
-	-

4.2 الإجراء: إعداد مصفوفة قنوات الاتصال الخارجي

السياسات المتعلقة بالإجراءات

م	نص السياسة
1	يقوم قسم العلاقات العامة في الربع الأول من كل سنة بتحديد الجهات الخارجية ذات العلاقة وتحديد صفة العلاقة وتكرارها وطبيعتها وعليها يتم تحديد قنوات التواصل المعتمدة من قبل الأمين العام بعد أخذ التوصية من قبل المدير التنفيذي

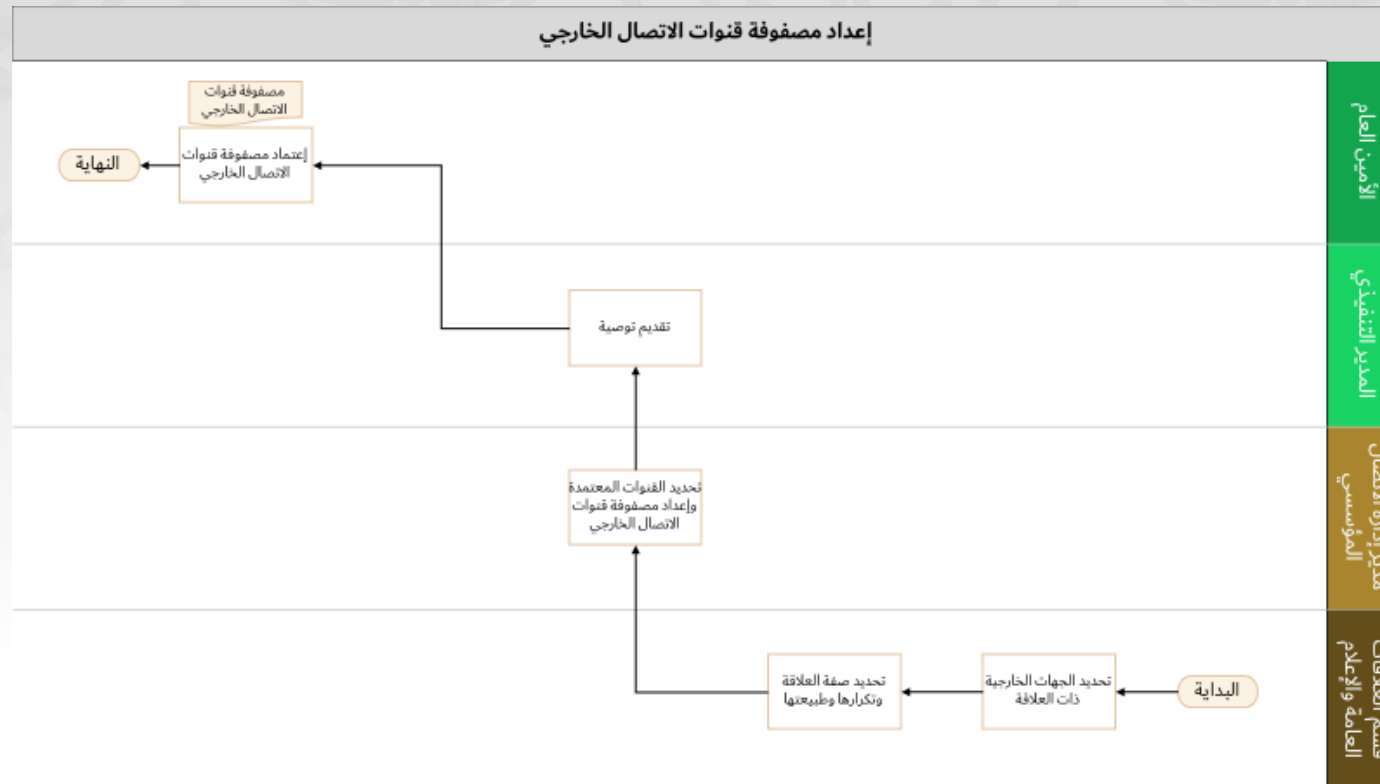
بطاقة الإجراء

Com-P02-VF	الرمز	إعداد مصفوفة قنوات الاتصال الخارجي	الإجراء
		تنظيم عملية التواصل داخل المؤسسة	الهدف
		يطبق هذا الإجراء على كافة اقسام إدارة التواصل المؤسسي	النطاق

مؤشرات الأداء

المؤشر	الوصف	دورية القياس
الالتزام بالمصفوفة	مدى الالتزام بالمصفوفة	سنوي

م	النشاط	الصلاحيات			
		إعداد	مراجعة	توصية	اعتماد
1	إعداد مصفوفة قنوات الاتصال الخارجي	مدير إدارة الاتصال المؤسسي	-	المدير التنفيذي	الأمين العام
					اطلاع



م	الخطوة	المسؤول	الوثائق ذات العلاقة
1	تحديد الجهات الخارجية ذات العلاقة	قسم العلاقات العامة والإعلام	-
2	تحديد صفة العلاقة وتكرارها وطبيعتها	قسم العلاقات العامة والإعلام	-
3	تحديد القنوات المعتمدة وإعداد مصفوفة قنوات الاتصال الخارجي	مدير إدارة الاتصال المؤسسي	-
4	تقديم توصية	المدير التنفيذي	-
5	اعتماد مصفوفة قنوات الاتصال الخارجي	الأمين العام	مصفوفة قنوات الاتصال الخارجي

الوثائق ذات العلاقة

رمز الوثيقة	الوثيقة
-	-

4.3 الإجراء: الاتصال مع العملاء

السياسات المتعلقة بالإجراءات

م	نص السياسة
1	توحيد قناة الاتصال مع الجهات المتقدمة للجائزة من خلال قسم الاتصال والتواصل وتلتزم جميع الإدارات بأن لا تقوم بأي تواصل أو تحضير له الا من خلال إدارة الاتصال والتواصل حيث تقوم هذه الإدارة بتوفير الدعم المناسب للتواصل مع جميع الأطراف من خلال فريق عمل ذو كفاءة وفعالية يعمل على تحديد اهم القنوات التي تناسب طبيعة الاتصال ومن هذه الأدوات الاتصال المباشر المرئي أو عقد ورش عمل للتواصل الفعال مع الجهات أو البريد الالكتروني وغيرها من أدوات

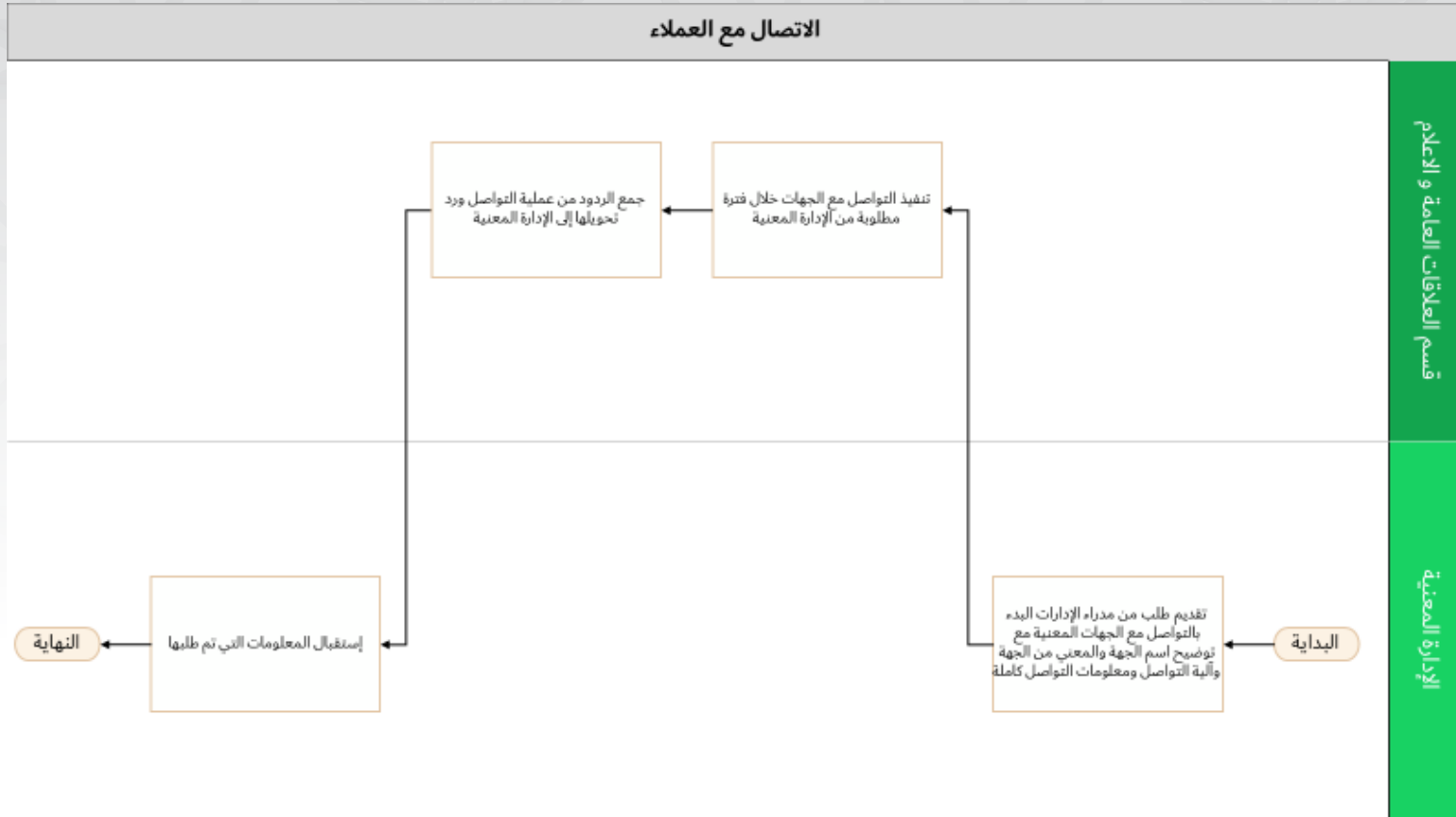
بطاقة الإجراء

الإجراء	الاتصال مع العملاء	الرمز	Com-P03-VF
الهدف	توحيد قنوات الاتصال مع الجهات المعنية في المؤسسة		
النطاق	يطبق هذا الإجراء على كافة اقسام المؤسسة		

مؤشرات الأداء

المؤشر	الوصف	دورية القياس
الاتصال مع العملاء	عدد مرات التواصل مع العملاء	دورية

م	النشاط	الصلاحيات			
		إعداد	مراجعة	توصية	اعتماد
1	الاتصال مع العملاء	قسم العلاقات العامة و الاعلام	-	-	-



م	الخطوة	المسؤول	الوثائق ذات العلاقة
1	تقديم طلب من مدراء الإدارات البدء بالتواصل مع الجهات المعنية مع توضيح اسم الجهة والمعني من الجهة وآلية التواصل ومعلومات التواصل كاملة	الإدارات المعنية	-
2	تنفيذ التواصل مع الجهات خلال فترة مطلوبة من الإدارة المعنية	قسم العلاقات العامة و الاعلام	-
3	جمع الردود من عملية التواصل ورد تحويلها إلى الإدارة المعنية	قسم العلاقات العامة والاعلام	-

الوثائق ذات العلاقة

رمز الوثيقة	الوثيقة
-	-

5. هيكلية السياسات والإجراءات - قسم التسويق

م	إسم الاجراء	رمز الإجراء	القسم
1	تطوير خطة التسويق	Mar-P04-VF	قسم التسويق
2	الإعلان عن أنشطة الجائزة	Mar-P05-VF	قسم التسويق

السياسات العامة - قسم التسويق

م	نص السياسة
1	دراسة خدمات المؤسسة وتحديد الفوائد والقيام بتطوير الخطط والاستراتيجيات التسويقية بشكل فعال والعمل مع قسم التصميم والترويج وكذلك الإنتاج والتفكير بشكل إبداعي ومعرفة قوية بتقنيات تسويق الخدمات وتعزيز العلامة التجارية للمؤسسة

5.1 الإجراء : تطوير خطة التسويق

السياسات المتعلقة بالإجراءات

م	نص السياسة
1	يقوم قسم التسويق في الربع الأول من كل سنة بتطوير الخطة التسويقية من خلال التغذية الراجعة للإدارات لتحديد متطلباتهم ومن ثم إجراء الأبحاث وتحليل الوضع الحالي للسوق لمعرفة حلول و متطلبات المستفيدين وسلوكياتهم وعاداتهم وتضمينها ضمن الخطة التسويقية

بطاقة الإجراء

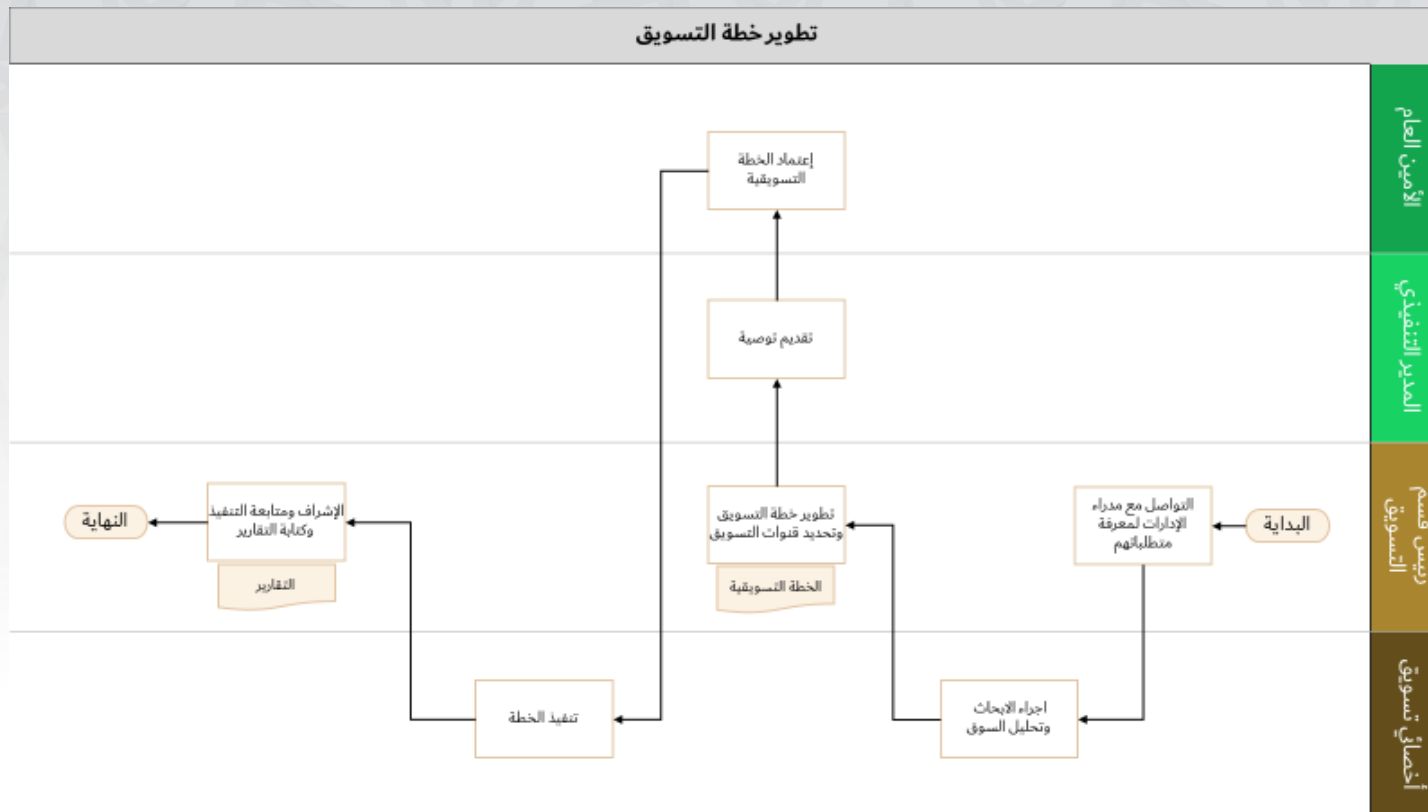
الإجراء	تطوير خطة التسويق	الرمز	Mar-P04-VF
الهدف	تطوير وتنفيذ الخطط التسويقية بشكل فعال والعمل مع الاقسام الأخرى بهدف تعزيز العلامة التجارية للمؤسسة		
النطاق	يطبق هذا الإجراء على كافة أنشطة التسويق الخاصة بالمؤسسة الداخلية والخارجية		

مؤشرات الأداء

المؤشر	الوصف	دورية القياس
فعالية خطة التسويق	مدى التزام الأقسام بالخطة التسويقية	دوري
أثر التسويق	عدد الرعاية والمشاركين نتيجة التسويق الفعال	دوري

م	النشاط	الصلاحيات			
		إعداد	مراجعة	توصية	اعتماد
1	تطوير خطة التسويق	رئيس قسم التسويق	-	المدير التنفيذي	الأمين العام

مخطط سير الإجراء



م	الخطوة	المسؤول	الوثائق ذات العلاقة
1	التواصل مع مدراء الإدارات لمعرفة متطلباتهم لتضمينها بعد دراستها ضمن الخطة التسويقية	رئيس قسم التسويق	-
2	إجراء الأبحاث التسويقية لمعرفة حلول لمتطلبات المستفيدين وسلوكياتهم وعاداتهم	إحصائي تسويق	-
3	تطوير خطة التسويق التي تشمل تحديد قنوات التسوق	رئيس قسم التسويق	الخطة التسويقية
4	تقديم التوصية	المدير التنفيذي	-
5	تقديم الاعتماد للخطة التسويقية	الأمين العام	-
6	البدء بتنفيذ الخطة التسويقية	إحصائي التسويق	-
7	الإشراف ومتابعة التنفيذ وكتابة التقارير	رئيس قسم التسويق	التقارير

الوثائق ذات العلاقة

رمز الوثيقة	الوثيقة
-	-

5.2 الإجراء: الإعلان عن أنشطة الجائزة

السياسات المتعلقة بالإجراءات

م	نص السياسة
1	يقوم قسم التسويق بالتخطيط للحملات الاعلانية خلال شهر كحد ادنى من توقيت الجائزة من خلال تحديد قنوات التسويق المناسبة (شبكات التواصل الاجتماعي و الإعلانات التلفزيونية و البريد الالكتروني و غيرها من قنوات) وذلك بهدف الترويج عن أنشطة الجائزة المقدمة من قبل المؤسسة

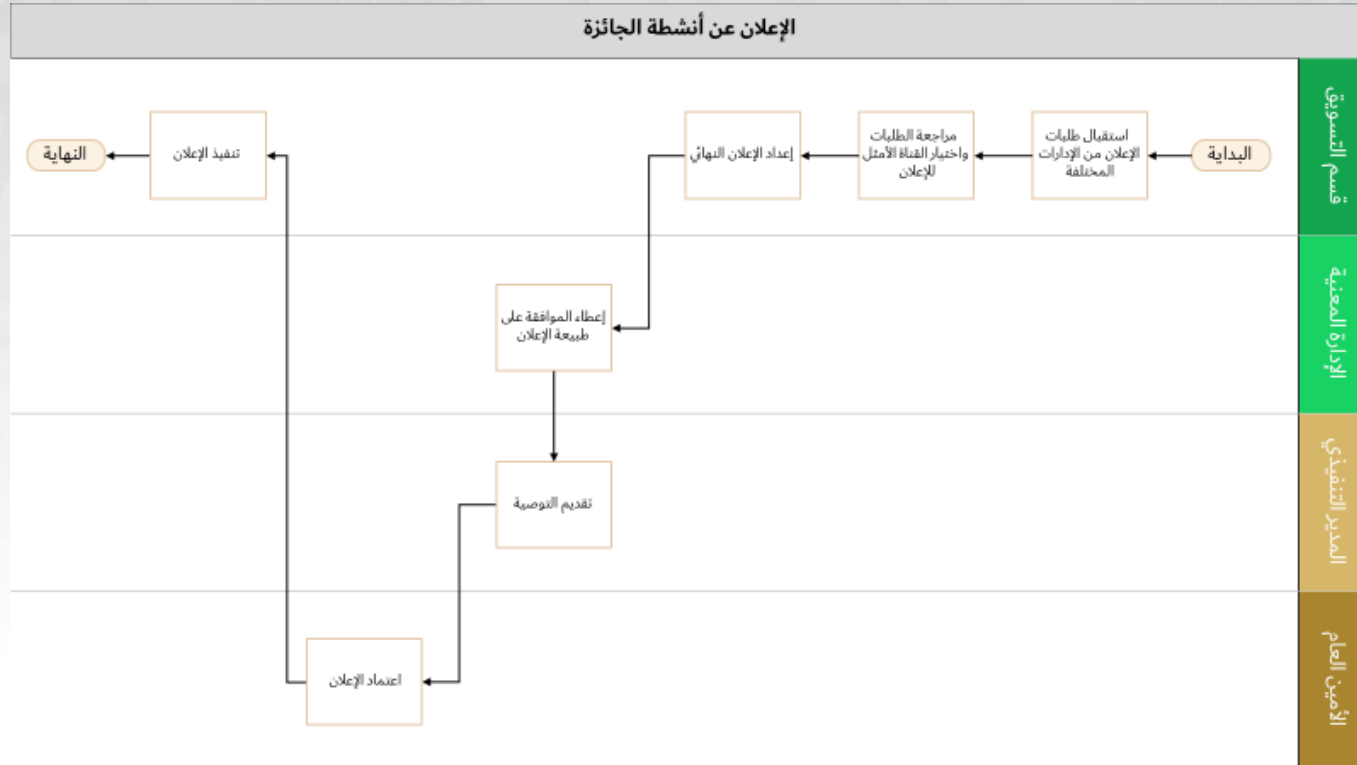
بطاقة الإجراء

الإجراء	الإعلان عن أنشطة الجائزة	الرمز	Mar-P05-VF
الهدف	الترويج عن أنشطة الجائزة المقدمة من قبل المؤسسة		
النطاق	يطبق هذا الإجراء على كافة اقسام المؤسسة ذات العلاقة بأنشطة الجائزة		

مؤشرات الأداء

المؤشر	الوصف	دورية القياس
الإعلان عن أنشطة الجائزة	عدد الأنشطة التي تم تنفيذها بعد الإعلان	دوري

الصلاحيات					النشاط	م
اطلاع	اعتماد	توصية	مراجعة	إعداد		
-	الأمين العام	-	المدير التنفيذي	قسم التسويق	الإعلان عن أنشطة الجائزة	1



م	الخطوة	المسؤول	الوثائق ذات العلاقة
2	استقبال طلبات الإعلان من الإدارات المختلفة	قسم التسويق	-
3	مراجعة الطلبات واختيار القناة الأمثل للإعلان إعلانات من خلال الموقع الرسمي للجائزة إعلانات من خلال منصات التواصل الاجتماعي إعلانات من خلال الصحافة الالكترونية والمرئية (يمكن اختيار أكثر من قناة)	قسم التسويق	-
4	اعداد الإعلان النهائي	قسم التسويق	-
5	إعطاء الموافقة على طباعة الإعلان و تقديم التوصية	الإدارة المعنية	-
6	تقديم التوصية	المدير التنفيذي	-
7	اعتماد الإعلان	الأمين العام	-
8	تنفيذ الإعلان	قسم التسويق	-

الوثائق ذات العلاقة

رمز الوثيقة	الوثيقة
-	-



مؤسسة جائزة المدينة المنورة
Madinah Award Foundation