

الدليل الإجرائي

لصناعة الكفاءات الشبابية
في الإعلام الرقمي

(نموذج برنامج مؤثرون)



إصدار
مركز كيان الشباب
م ٢٠٢٢



الفهرس

رقم الصفحة	الموضوع
3	فريق العمل
4	كلمة مركز كيان الشباب
5	كلمة أوقاف علي بن عبدالعزيز الضويان
6	فكرة المشروع
6	منجزات المشروع
7	أدوات تحليل الاحتياج
8	فريق العمل
9	تحديات المشروع
10	طموحاتنا القادمة
11	الأهداف
12	الفئات المستهدفة من الدليل
12	أهمية الدليل الإجرائي
13	مصطلحات الدليل
14	كيف يتم الاستفادة من الدليل
15	منهجية بناء الدليل
18	أقسام ومحاوور الدليل
19	مراحل تنفيذ المشروع
20	المرحلة الأولى: الإعداد
31	المرحلة الثانية: القبول
35	المرحلة الثالثة: التأهيل
43	المرحلة الرابعة: الاستثمار
47	المرحلة الخامسة: الإغلاق
50	نماذج الدليل

فريق العمل

إشراف

عبدالله بن صلاح الشهري

مراجعة وتحكيم

- د. ماجد الغامدي
- د. عبدالرحمن الجابر
- د. باسل النيرب
- د. أيمن السعيد

جمع المادة

- عبدالله بن صلاح الشهري
- فيصل بن تركي العتيبي
- محمد بن موسى الحربي
- عبدالعزيز بن عبدالرحمن العمري

تحرير وتنسيق

- عبدالله بن علي الرفيدي
- مازن بن عمر بن طالب
- محمد أنس بن شمس الحق

الإخراج والتصميم

مركز كيان الشباب



كلمة مركز كيان الشباب

نعيش اليوم مرحلة متغيرة من مراحل التواصل الإنساني، فالثورة المعلوماتية والتدفق الكبير للمحتوى عبر الفضاء الرقمي قد غيرت كثيراً من المفاهيم والمضامين في صناعة الإعلام وإعادة تشكيل مرتكزاته وأساليبه بشكل لم يسبق أن واجهته مؤسسات الإعلام من قبل، التطورات المتسارعة في تقنيات الاتصال الحديث وتطور الانترنت وحتى ظهور الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي قد غيرت من أنماط استهلاك المحتوى وطريقة إنتاجه ومشاركته حيث تشير الإحصائيات إلى أن المتوسط العالمي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سبيل المثال يصل إلى ٣ ساعات يومياً وتزداد هذه النسبة في بعض الدول أيضاً لدى المرحلة العمرية حيث تمثل شريحة الشباب نسبة كبيرة من التواجد والتفاعل الرقمي.

وهذا الاستخدام المتزايد أعطى الفرصة لكثير من هؤلاء المستخدمين ليكونوا جزءاً من العملية الإعلامية والتي كانت حكرًا في السابق على المذيعين والصحفيين والمحريين والعاملين في قطاع الإعلام، بل وأصبحت كثير من المؤسسات الإعلامية الكبرى تعتمد اعتماداً مباشراً على المحتوى المقدم من الجمهور خاصة فيما يعرف بصحافة المواطن والتي أثبتت تفوقاً لصناع المحتوى حين يتواجدون في الوقت المناسب وبالأدوات الكافية لالتقاط الحدث، هذا التغيير في موازين القوى جعل لصناعة المحتوى الإعلامي قيمة مضافة وموضوعاً جديراً بالاهتمام.

ويحجم الفرص تأتي التحديات فمع انتشار المعلومات بصورة هائلة ظهرت الأخبار المضللة والمعلومات المغلوطة وأصبحت الرغبة في الشهرة والبحث عن التفاعل والمشاهدات هوساً للكثيرين على حساب المحتوى المؤثر، ومع تزايد ظاهرة المشاهير والمؤثرين من صناع المحتوى أصبح من المهم توجيه هذا الكم الكبير من التفاعل نحو أهداف إيجابية وتأثير حقيقي يصب في صالح الوطن والمجتمع، ومن هنا برزت أهمية مركز كيان الشباب في تقديم نماذج إيجابية معتدلة من المؤثرين الشباب على خارطة الإعلام الرقمي حيث تمثل شكلاً من أشكال الوعي الإعلامي الرقمي والتي تسعى كثير من المؤسسات المجتمعية والتعليمية حول العالم إلى تعزيزه، على أمل أن تخلق هذه المبادرة كياناً شامخاً ومركزاً مؤثراً في صناعة بيئة إعلامية سعودية خصبة.

مركز كيان الشباب

كلمة أوقاف علي الضويان

الحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً، والصلوة والسلام على خاتم المرسلين، وعلى آله وصحبه أجمعين، أما بعد:

فإننا في أوقاف علي بن عبد العزيز الضويان - رحمه الله -، نسعى منذ التأسيس إلى دعم وتمكين المشاريع النوعية لتنمية المجتمع وتعزيز كل ما يحقق الأثر في ذلك. انطلاقاً من حرصنا على نشر العلم والمعرفة فإننا نتبنى المشاريع المعرفية التي تساهم في تطوير منظمات القطاع غير الربحي والعاملين فيها ورفع مستوى كفاءة ومخرجات أعمالهم لأن حضورها يبقى وأثرها يمتد.

ومن خلال شراكتنا مع مركز كيان الشباب للتعليم والتي تحرص دوماً في مبادراتها على نشر المعارف وتنمية الكفاءات الشبابية المؤثرة في القطاع غير الربحي نسعد برعاية نموذج مشروع مؤثرون الإعلامي تحت مبادرة «الدليل الإجرائي لصناعة الكفاءات الشبابية الإعلامية» والذي يستهدف الجهات الإعلامية والجهات العاملة مع الشباب في صناعة الكفاءات الشبابية الإعلامية القيمة راجين من الله أن تساهم نتائج هذه المبادرة في صناعة كفاءات شبابية إعلامية تقدم قيمة مؤثرة إيجابياً في المجتمع.

سائلين الله العليم أن يجعل هذا الجهد مباركاً طيباً، والحمد لله رب العالمين.

أوقاف علي بن عبدالعزيز الضويان

فكرة المشروع

نشأة الفكرة

عند بداية تأسيس مركز كيان الشباب كان النقاش يدور حول المجالات الأكثر تأثيراً على الشباب، تنوعت الإجابات بين نتائج الدراسات العلمية واتجاهات الخبراء وآراء المستفيدين. حتى خرج التقرير السنوي لعام 2019 لمنصة "HOOT SUITE" العالمية حيث قالت إنه وصل عدد مستخدمي المواقع إلى 3,484 مليون مستخدم حول العالم، منهم 136,1 مليون شخص في الوطن العربي، أي نحو 53% من عدد سكان المنطقة، من بينهم 23 مليون مستخدم في السعودية، بمعدل 67,95% من عدد سكان المملكة، وعدد مستخدمي وسائل الإعلام الرقمي بشكل خاص في المملكة العربية السعودية أكثر من 25 مليون مستخدم ما يشكل 72,8% من السكان، بمعدل استخدام 3 ساعات يومياً، ليأتي الإعلام الرقمي في مقدمة المجالات الأكثر تأثيراً على الشباب، عبر منصاته المتنوعة ووسائله المختلفة. عند ذلك قررنا خوض غمار هذا البحر العباب، وصناعة مشروع نوعي في مجال الإعلام الرقمي، يترك أثراً يصعب تجاوزه! حينها واجهنا هذا السؤال: «ما هي سلسلة التأثير في هذا المجال؟» لنركز على الحلقة الأقوى منها ونبدأ بالعمل فيها.

منجزات المشروع

مجموع المتابعين للمستفيدين 3.000.000		عدد المستفيدين 50		عدد النسخ 4	
تجاوزت المشاهدات في منصات الاعلام الرقمي 5.000.000					نسخة بإشراف المركز
إطلاق 11 مبادرة إعلامية		إقامة أكثر من 55 جلسة استشارية			
تمكين 11 كفاءة إعلامية		تقديم 42 لقاء اجتماعي وتطويري			

أدوات تحليل الاحتياج

بدأنا بورشة عمل مع عدد من المهتمين بالإعلام الرقمي، ودار النقاش حول:

■ كيف نبدأ في الإعلام الرقمي؟

■ وهل يمكن التأثير في وسائل التواصل؟

■ وما هو التموضع المناسب لنا بحسب مواردنا؟

■ ومن أين نبدأ؟ وهل هناك تجارب سابقة؟

وبعد تحليل نتائج هذه الورشة لاحظت لنا ملامح المشروع، وهنا لاحظ كثير من المهتمين بقضايا الشباب الحاجة الشديدة لصناعة وتفعيل نماذج شبابية إيجابية، تقوم هي بإثراء الساحة الإعلامية بمحتوى إيجابي يعود أثره على تنمية المجتمع.

ثم عقدنا ورشة أخرى مع عدد من المؤثرين في وسائل التواصل، وطرحنا الأسئلة الآتية:

■ كيف تنظرون لوسائل التواصل وأثرها؟

■ ماهي رؤيتكم للكفاءات الإيجابية في وسائل التواصل؟

■ ماهي احتياجات المؤثر للنجاح في وسائل التواصل؟

وعند تحليل نتائج الورشة، اتضحت معالم المشروع تماماً، وولدت فكرة: «صناعة الكفاءات الشبابية في الإعلام الرقمي». فأخذنا على عاتقنا البداية، مع التحسين المستمر.

فريق العمل :

شكّلنا لجنة من المهتمين-متنوعة الخبرات والتخصصات- لتصميم المشروع ورسم الإطار الأولي له، تضمنت الخطة عقد عدد من المقابلات ومجموعات التركيز والمسح المكتبي، لتحليل واقع الكفاءات الإعلامية وبناء مراحل وتفاصيل المشروع. بدأنا بمسح التجارب المشابهة-والتي كانت نادرة جداً- والاطلاع على التجارب العربية والعالمية، وعلى الدراسات العلمية في الموضوع ذاته، ولقاء عدد من الخبراء والمختصين، ليتفق الجميع على تأثير الإعلام الرقمي، وأهمية صناعة الكفاءات الشبابية فيه وكلها تؤكد على أهمية إبراز كفاءات شبابية وصناعة محتوى احترافي. وبعد عدة اجتماعات داخلية للفريق صُمم المشروع بالكامل، ثم جرى تحكيمه من عدد من الخبراء، لينطلق بعد ذلك محققاً حضوره الريادي داخل المجال.

التنفيذ: التجربة الأولى

انطلقت النسخة الأولى ونصب عينها أنها لن تكون تدريباً وتأهيلاً يحرص على الكم وكثرة أعداد المسجلين فقط، بل مشروعاً نوعياً يستهدف عدداً محدداً، ليضمن جودة العمل ودراسات الاحتياجات الفردية الدقيقة، وتقديم كامل الدعم المطلوب. وبحمد الله فاقت نتائج المشروع توقعات أصحاب المصلحة، وكانت حافزاً لتكرار المشروع وتحسينه في النسخ القادمة. وقد تمّ ذلك بفضل الله، فنحن اليوم نترك وراءنا خمس نسخ من المشروع حققنا فيها مخرجات مميزة ونتائج رائعة، ولا تزال همّتنا وافرة لإكمال الطريق وتحقيق المزيد، وإيماناً بالعمل المشترك وأهمية المجال وشدة تأثيره، رأينا نمذجة هذه التجربة بنجاحاتها وتحدياتها.

تحديات المشروع

كون المشروع جاء في محيط أزرق خالٍ، ويتعلق بتصدير كفاءات لا تضمن التزامهم برؤية المشروع، بل قد يكونون معول هدم لا بناء بعد أن يدخلوا خضمّ الإعلام، وغيرها من التحديات الكبيرة، فقد جرت دراسة هذه التحديات ومناقشتها ووضع الحلول المناسبة لها بمشيئة الله .. نذكرها لنقل المعرفة والبناء عليها عند رسم مشاريع أخرى في المجال:

- صعوبة التعامل مع المؤثرين، فهُم شخصيات مؤثرة لديها جمهور تستغني به، والكثير منها موهوب والموهبة تصحبها المزاجية عادةً، فكانت المرونة في التعامل أساساً معهم، مع توفير مستشارين مقنعين، وبيئة محفزة وجاذبة داخل المشروع.
- قلة الكفاءات التي لديها استعدادات فطرية وقيم إيجابية تضمن من خلالها تحقيق أهداف المشروع، وقد وُضعت حلول وخطوات عملية للتعامل مع هذا التحدي، من خلال المسح المكتبي والتواصل مع الخبراء والجهات المهتمة، لاكتشاف الكفاءات واستثمارها.
- ومن التحديات صعوبة إيجاد تمويل لمنح المشروع، لا سيما مع وجود عدة تجارب لم تنجح من قبل، ولكن بفضل الله، ثم إحكام التخطيط للمشروع، وتحكيمه من خبراء إعلاميين، وتبيين القيمة المضافة فيه، رأى المشروع النور.
- وكان من التحديات رسم النموذج التسويقي للكفاءات المشاركة في المشروع، فصمّم فريق المركز النموذج الترويجي الملائم وحكّمه.
- ومن التحديات الموازنة بين الحفاظ على رؤية المشروع وبين الوصول للمستهدفين والانتشار، فمن الحلول المقترحة تحديد الهوية الإعلامية وتقديم تغذية راجعة للمستفيد وتكوين مجتمع بين المستفيدين، والتأكيد المستمر على رؤية المشروع وهدفه.

طموحاتنا القادمة

■ امتدت رحلة المشروع لخمس سنوات نُفذَ المشروع فيها خمس مرات، كانت رحلة ممتعة ومثيرة وملئية بالمفاجآت والتحديات والخبرات، ولا شك أنها أنضجت المركز وفريق المشروع، وكوّنت خبرتنا ومعرفتنا بالمجال وأسواره، كما تعرفنا فيها على مساحات جديدة من العمل، ووصلنا إلى شرائح جديدة من المستفيدين بشكل مباشر وغير مباشر، وتوفّرت لدينا قاعدة بيانات بالأفراد والجهات والخبراء وأصحاب المصلحة للمشروع، كما لمسنا الحاجة الماسة في المجال، يدلّ عليه إقبال المستفيدين ورغبتهم، وتأييد الجهات المماثلة والتمويلية.. كما أن النجاح في صناعة المؤثرين أثره عالٍ جداً.. ووسيلة فعالة لإحداث الأثر في المستفيدين وتنمية المجتمع عبر بناء نماذج شبابية إيجابية تخدم الوطن وترسم صورة ذهنية رائعة عن شبابنا الطموح الذين يملكون المواهب والقدرات، لكنهم بحاجة ماسة إلى إمكانات تعينهم على إبراز قدراتهم ومواهبهم.

■ ختاماً قررنا نمذجة المشروع وإصدار دليل إجرائي يعين الأفراد والجهات المهتمة بالكفاءات الشابة والكفاءات الإعلامية خاصة، كي تستفيد من التجربة وتحدياتها ونجاحاتها ومراحلها، فنرجو من الله التوفيق والعون والهدى.

■ وإن هذه النمذجة هي الخطوة الأولى في مشروع آخر -هو طموحنا في هذا المجال- وهو تأسيس كيان مستقل يهتم بالكفاءات الإعلامية، وما ذلك ببعيد بعون الله وتوفيقه.

أهداف الدليل

الهدف العام للدليل:

نمذجة تجربة مركز كيان الشباب في صناعة كفاءات
شبابية في الإعلام الرقمي.



يهدف الدليل إلى تحقيق الغايات التالية:

03

تزويد الجهات المتخصصة
بالمعارف والأدوات والنماذج
اللازمة لصناعة الكفاءات
الشبابية في الإعلام
الرقمي باحترافية.

02

صناعة نموذج عملي
لبناء الكفاءات
الإعلامية الشابة
قابل للتعميم
والانتشار.

01

توفير مرجعية موثقة
لصناعة الكفاءات
الشبابية في الإعلام
الرقمي

05

توفير نموذج تطبيقي
يساعد المنظمات على
تقديم برامج متخصصة
لصناعة الكفاءات الشبابية
الإعلامية.

04

نشر الثقافة
التخصصية في
صناعة الكفاءات
الإعلامية الشابة.

الفئات المستهدفة من الدليل

يمكن أن يستفيد من الدليل أي جهة مهتمة بصناعة الكفاءات الإعلامية الشابة، ومنها:



أهمية الدليل الإجرائي

تكمن أهمية الدليل الإجرائي لصناعة الكفاءات الإعلامية الشابة في أنه يتعامل مع أهم وأكبر شريحة في المملكة العربية السعودية، ويمكن إبراز بعض جوانب أهمية الدليل من خلال الآتي:

- الإثراء المعرفي للجهات والأفراد في مجال الإعلام.
- تعظيم الأثر المجتمعي من خلال بناء الكفاءات الشبابية الإعلامية.
- المساهمة في تثقيف وإعداد الكوادر العاملة في بناء الكفاءات الشبابية الإعلامية.
- تشجيع الجهات والأفراد على المشاركة الإيجابية في الإعلام.
- توفير نماذج عمل جاهزة للجهات الراغبة في الاستفادة من البرنامج.

مصطلحات الدليل:

المؤثر: صانع المحتوى والذي يتابعه مجموعة كبيرة من المتابعين تبدأ من ١٠ آلاف متابع في إحدى منصات التواصل الاجتماعي وهو ما يعرف في هذه المرحلة Micro influencer

الإعلام الرقمي: هو الإعلام الذي يستخدم كافة الوسائل الاتصالية الرقمية المتاحة للوصول إلى الجمهور أينما كان.

المبادرة الإعلامية: هي فكرة إبداعية متميزة في الإعلام الرقمي، ورؤية تحمل في مضمونها تغيير الوضع الحالي ومعالجة مشكلاته.

الهوية الإعلامية: هي الكفاءة التي يحددها المستفيد بطريقة علمية وتناسب قدراته للظهور في وسائل التواصل وهي تشكل مجموعة الخصائص والميزات التي يمتلكها شخص ما ويتم التعرّف عليه من خلالها.

الحضور الإعلامي: هو وجود فعلي للمستفيد على منصات الإعلام الرقمي من خلال تقديمه لمحتوى إعلامي.

المحتوى: المواد المتنوعة التي يساهم بها المؤثر من كتابة أو صور أو فيديو؛ لإيصال رسالته في منصاته المختلفة.

كيف يتم الاستفادة من الدليل:

يمكن تعظيم الاستفادة من هذا الدليل الإجرائي، من خلال:

1. الاطلاع على أجزاء ومحاوِر الدليل، للتعرف على إطاره العام ومصطلحاته الأساسية.
2. حضور الورشة التعريفية عن كيفية استخدام الدليل.
3. مناقشة محاوِر الدليل مع المهتمين والخبراء.
4. القراءة المتأنية لمحاوِر الدليل واستيعاب موضوعاته.
5. النظر في النماذج والاستفادة منها وتطويرها.
6. مواءمة الدليل مع احتياج المنظمة.
7. الاطلاع على التجارب والممارسات المحلية والعالمية المشابهة للدليل.

منهجية بناء الدليل:

قام مركز كيان الشباب بتبني منهجية علمية عند العمل على بناء الدليل، بحيث تسيّر عملية البناء بشكل منطقي ومنتابح يضمن مستوى من الجودة والدقة عند صياغة الدليل، فكانت مراحل بناء الدليل على النحو التالي :



أولاً: التحليل

من خلال استعراض التجارب السابقة لتنفيذ البرنامج في نسخته الخمس وعقد الورش التخصصية تم تحليل احتياج المشروع لسد الفجوة الموجودة ومن ثم تم صناعة رؤية المشروع وكتابة وثيقته.

ثانياً: التنفيذ

تم تكوين فريق من الخبراء لبناء وثيقة للدليل، ثم تحكيمها من قبل عدد من المهتمين بالمجال الإعلامي، بعد ذلك تم عرض مشروع بناء الدليل على عدد من الرعاة لتبني المشروع وبعدها أخذ الموافقة، ومن ثم البدء في تنفيذ إجراءات بناء الدليل من خلال صناعة النماذج والخطة التنفيذية.

ثالثاً: التحسين

بعد تنفيذ النسخة الأولى والحصول على تغذية راجعة من أصحاب المصلحة، وتحليل التجربة السابقة قام فريق المشروع بعدد من التحسينات والمقترحات التطويرية لضمان جودة المشروع في نسخته الثانية والثالثة؛ من خلال تكوين لجنة استشارية للمشروع تضم عدد من المتخصصين والممارسين والجلوس مع بعض الخبراء وسماع آراء المستفيدين وعقد عدد من الجلسات التطويرية لفريق المشروع. كما أنه تم تحسين النماذج التي يعمل عليها في المشروع في مرحلتي التأهيل والتمكين.

رابعاً: التوثيق

قام فريق المشروع برصد كامل لكافة الإجراءات المتبعة لتنفيذ مشروع مؤثرون خلال مرحلتي التأهيل والتمكين، وتم تصميم عدد من النماذج المحكمة في كامل مراحل المشروع، وبناء بطاقة تفصيلية لخطوات المشروع التنفيذية وتحويله إلى دليل إجرائي متكامل.

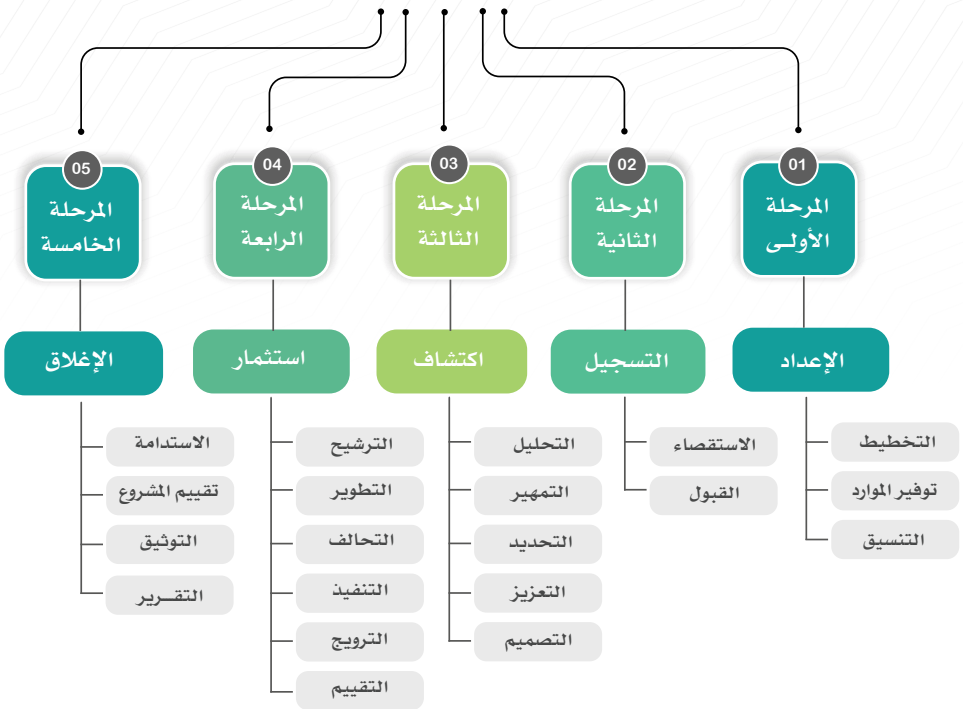
خامساً: التحكيم

بعد جمع وتوثيق النماذج وصناعة النسخة الأولية للدليل الإجرائي تم عقد عدد من مجموعات التركيز الداخلية لمراجعة الدليل وإضافة التعديلات والتحسينات، بعد ذلك تم عرض الدليل على متخصص لصياغة وتحكيم الدليل وإخراجه بصورته النهائية.

سادساً: التصميم

تم في هذه المرحلة الإخراج الفني للدليل من صناعة ووضع رسومات توضيحية وأشكال مختلفة تُسهم في إخراج الدليل بشكل إبداعي يساعد على فهم الدليل والاستفادة منه.

أقسام ومحاور الدليل



مراحل تنفيذ المشروع

يتم تنفيذ المشروع عن طريق تنفيذ تسعة عشر خطوة مقسمة على خمس مراحل رئيسية:

الخطوات	المرحلة	
التخطيط	الإعداد	المرحلة الأولى
توفير الموارد		
التنسيق		
الاستقصاء	التسجيل	المرحلة الثانية
القبول		
التحليل	اكتشاف	المرحلة الثالثة
التمهير		
التحديد		
التعزيز		
التصميم		
الترشيح	استثمار	المرحلة الرابعة
التطوير		
التحالف		
التنفيذ		
الترويج		
التقييم		
الاستدامة	الإغلاق	المرحلة الخامسة
تقييم المشروع		
التوثيق		
التقرير		

جدول رقم 1

المرحلة الأولى: الإعداد



يتم في هذه الخطوة التخطيط للمشروع بجميع مراحله ومتطلباته

يتم في هذه الخطوة توفير الموارد البشرية وغير البشرية

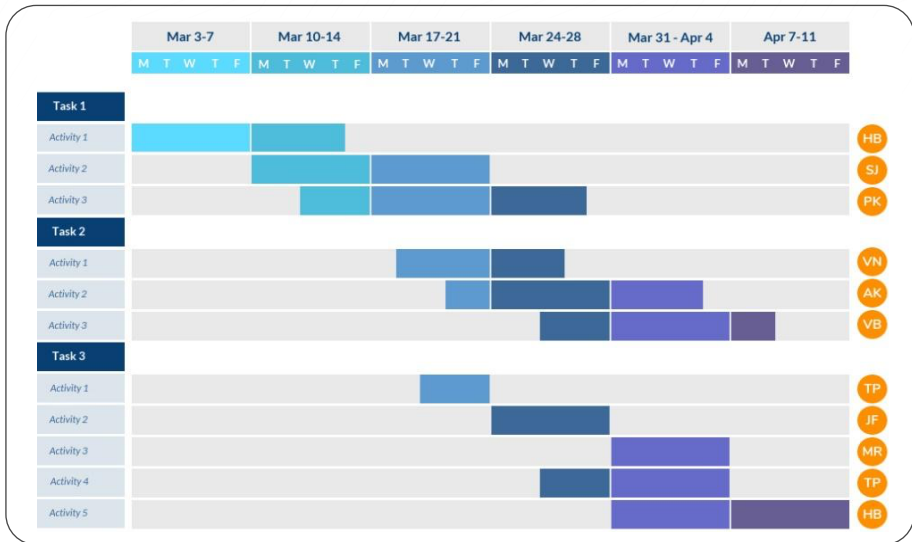
يتم في هذه الخطوة التنسيق مع الجهات والأشخاص المشاركين في التنفيذ من خارج المنظمة

المرحلة الأولى: الإعداد - الخطوة 3/1

الخطوة	التوصيف	المهام	الأدوات	المسؤول	المخرجات
التخطيط	يتم في هذه الخطوة التخطيط للمشروع بجميع مراحله ومتطلباته	1- كتابة الخطة الزمنية للمشروع	- مخطط جانث - شكل رقم 1	مدير المشروع	الخطة الشاملة للمشروع
		2- تحديد الموارد البشرية المطلوبة	- تخطيط الموارد - نموذج رقم 2		
		3- تحديد الموارد غير البشرية المطلوبة			
		4- تحديد الميزانية المتوقعة للمشروع			
		5- وضع خطة إدارة مخاطر المشروع	- تحليل المخاطر - نموذج رقم 2		

إيضاحات :

- يتم في هذه الخطوة الاستفادة من الجدول رقم 1 حيث يعتبر الجدول عبارة عن هيكلية لعمل المشروع.
- يتم إسقاط الخطوات والمهام الموضحة في الجدول رقم 1 في مخطط جانتي (شكل رقم 1) لوضع الخطة الزمنية للمشروع.
- يتم إسقاط الخطوات والمهام الموضحة في الجدول رقم 1 في نموذج رقم 1 لتحديد الموارد البشرية للمشروع.
- يتم إسقاط الخطوات والمهام الموضحة في الجدول رقم 1 في نموذج رقم 1 لتحديد الموارد غير البشرية للمشروع.
- يتم إسقاط الخطوات والمهام الموضحة في الجدول رقم 1 في نموذج رقم 1 لتحديد الميزانية المتوقعة للمشروع.
- يتم إسقاط الخطوات والمهام الموضحة في الجدول رقم 1 في نموذج رقم 2 لتحليل مخاطر المشروع.



شكل رقم 1: مخطط جانتي

المرحلة الأولى : الإعداد - الخطوة 3/2

الخطوة	التوصيف	المهام	الأدوات	المسؤول	المخرجات
توفير الموارد	يتم في هذه الخطوة توفير الموارد البشرية وغير البشرية	1- تخصيص الميزانية المطلوبة للتنفيذ	التخصيص من ميزانية الجهة أو البحث عن مانح أو مصدر تمويل آخر	مدير المشروع	- ميزانية مخصصة - فريق التنفيذ - لجنة الخبراء - بيئة ملائمة ومحفزة
		2- توظيف كفاءات مناسبة لتغطية الاحتياج الوظيفي للمشروع.	- الإعلان أو الترشيح - المقابلات الشخصية - تقديم العروض الوظيفية - توقيع العقود - جداول 2-3-4-5		
		3- تشكيل لجنة الخبراء.	- جدول رقم 6		
		4- التنسيق لتوفير بيئة ملائمة ومحفزة للمشروع	- نموذج رقم 3 - جدول رقم 7		

إيضاحات :

- يتم في هذه الخطوة تخصيص المبالغ المالية اللازمة لتنفيذ المشروع.
- تتم في هذه الخطوة عملية التوظيف لإيجاد الكوادر اللازمة لتنفيذ المشروع، يقترح هذا الدليل 4 وظائف رئيسية، ويمكن للجهة المنفذة إضافة أدوار بمسميات وظيفية أخرى وفقاً لاحتياجها، يقترح الدليل الوظائف التالية:

- مدير المشروع. جدول رقم 2
- مدير التدريب. جدول رقم 3
- مسؤول الإنتاج الفني. جدول رقم 4
- مشرف الخدمات المساندة. جدول رقم 5
- وتكون الأوصاف الوظيفية للوظائف الأربع المقترحة كما يلي:

المسمى الوظيفي	مدير مشروع	الارتباط	المدير التنفيذي
الوصف الوظيفي	إدارة وتطوير المشروع من خلال قيادة الفريق التنفيذي لضمان نجاحه في أداء مهامه المحققة لأهداف المشروع. * يتم تعيينه من قبل المدير التنفيذي		
السمات	<ol style="list-style-type: none"> 1- يمتلك الكفاءة الإدارية. 2- حاصل على الشهادة الجامعية. 3- يمتلك الخبرة العملية في الإعلام. 4- القدرة على التعامل مع الحاسب الآلي والإنترنت. 5- إجادة قيادة فرق العمل. 6- يمتلك مهارات الاتصال والتواصل. 7- يمتلك مهارات التنظيم والإبداع. 8- يمتلك مهارات الإشراف الفعال . 		
المهام	<ol style="list-style-type: none"> 1- الإشراف على أعمال المشروع الإدارية والمالية والفنية. 2- متابعة وإنهاء جميع الإجراءات القانونية والنظامية اللازمة مع الجهات فيما يخص البرنامج. 3- ترتيب اجتماعات الفريق التنفيذي للمشروع ومتابعة قراراته. 4- التعميد بالصرف وفق الأسلوب المعتمد. 5- اعتماد العقود والمعاملات والسجلات المالية ومتابعة أعمال وإنجازات المستفيدين بشكل مباشر من خلال إعدادهم للمبادرات والمتطلبات اللازمة. 6- رفع تقرير دوري عن المشروع وإطلاع المدير التنفيذي عليه. 7- متابعة وتنسيق لقاءات متطلبات المشروع. 8- عمل التقارير النهائية للمشروع وفق النماذج المعتمدة في المركز. 9- تكليفه بما يستجد من مهام المشروع. 10- إعداد خطة البرنامج، وميزانيته، وبرنامج الزماني، وآلية متابعته وتقويمه. 		

جدول رقم 2

مدير المشروع	الارتباط	مدير التدريب	المسمى الوظيفي
			الوصف الوظيفي
			الإشراف على مرحلة التدريب في المشروع، وبناء الخطة التدريبية للمستفيدين * يتم تعيينه من قبل مدير المشروع
			السمات
			1- حاصل على مؤهل جامعي. 2- يفضل وجود شهادة مهنية في مجال التدريب والتطوير. 3- لديه خبرة عملية مماثلة. 4- القدرة على التعامل مع الحاسب الآلي والإنترنت. 5- يمتلك مهارات الاتصال والتواصل. 6- يمتلك مهارات الإشراف الفعال.
			المهام
			1- إعداد خارطة معرفية ومهارية وفق الاحتياجات التدريبية في مجالات التأهيل. 2- إعداد ملف اكتشاف هوية المستفيد الإعلامية وتمكينه. 3- تقييم نجاح خطط التطوير والتدريب. 4- تقييم الدورات التدريبية التي يتم تنفيذها وإعداد التقارير والدراسات اللازمة والتعرف على آراء المشاركين بها ومدى الاستفادة منها ورفع التقارير للرئيس المباشر. 5- المسؤولية عن إعداد ميزانية التدريب. 6- المسؤولية عن متابعة سير العمل ببرامج التدريب.

جدول رقم 3

المسمى الوظيفي	مسؤول الإنتاج الفني	الارتباط	مدير المشروع
الوصف الوظيفي	يقوم بتحليل محتوى المستفيد وهويته الإعلامية وتقديم خدمات لهويته الإعلامية * يتم تعيينه من قبل مدير المشروع		
المؤهلات والسمات	<ol style="list-style-type: none"> 1- حاصل على الشهادة الجامعية. 2- يمتلك الخبرة العملية في الإعلام. 3- القدرة على التعامل مع الحاسب الآلي والإنترنت. 4- إجادة قيادة فرق العمل. 5- يمتلك مهارات الاتصال والتواصل. 6- يمتلك مهارات إعداد التقارير الفنية. 7- يمتلك مهارات الإشراف الفعال. 		
المهام	<ol style="list-style-type: none"> 1- رسم الرؤية الفنية لمحتوى المستفيد واختيار المنصة الأقوى، وتقديم الخدمات اللوجستية في ذلك. 2- إعداد التقارير الفنية عن مبادرات المستفيدين وتطويرها. 3- الإشراف على تأسيس بنك للمسوحات الميدانية واستطلاع الرأي العام. 4- الإشراف على تقييم إنتاج مبادرات المستفيدين. 5- الإشراف على متابعة تلبية كافة متطلبات واحتياجات أقسام الإدارة من خدمات لوجستية وفنية. 6- الإشراف على متابعة آخر الدراسات والأبحاث وكل جديد ومبتكر في مجال التغطيات الإعلامية والمسوحات والحوارات وجميع ما يتصل بها من أساليب وتقنيات سعياً لتطوير الأداء. 7- الإشراف على التنسيق مع الجهات المختصة في كل ما يتعلق بمهمة بناء وإدامة وتنمية العلاقات مع مصادر المعلومات المهمة والمفيدة لعمل الإدارة. 		

جدول رقم 4

المسمى الوظيفي	مدير الخدمات المساندة	الارتباط	مدير المشروع
الوصف الوظيفي	مساندة وحدات العمل الأخرى في المشروع وتقديم الدعم لهم * يتم تعيينه من قبل مدير المشروع		
المؤهلات السمات	1- حاصل على بكالوريوس أو دبلوم. 2- لديه خبرة عملية مماثلة. 3- القدرة على التعامل مع الحاسب الآلي والإنترنت. 4- إجادة التفاوض مع الموردين. 5- يمتلك مهارات الاتصال والتواصل. 6- يمتلك مهارات الإشراف الفعال.		
المهام	1- تأمين الاحتياجات والمشتريات للمشروع، واتخاذ الإجراءات اللازمة لتوفيرها. 2- التواصل مع الموردين وطلب عروض الأسعار. 3- تقديم خدمات السكرتارية لمدير المشروع. 4- أي مهمة أخرى يكلف بها في مجال اختصاصه.		

جدول رقم 5

تشكيل لجنة تسمى لجنة الخبراء تقوم بالدور الاستشاري لكامل مراحل المشروع، ويجب ألا يقل عدد أعضاء اللجنة عن 4 أشخاص، ويتم عند الاختيار مراعاة تنوع تخصصاتهم الإعلامية، وتكون معايير اختيار لجنة الخبراء كما يلي:

م	المعايير	شواهد التحقق	الوزن
1	لديه تخصص أو اهتمام بالمجال	المؤهل الأكاديمي	40%
2	خبرة عملية لا تقل عن 5 سنوات	السيرة الذاتية	30%
3	ترشيح أصحاب المصلحة	التواصل المباشر	20%
4	تزكية الخبراء والمتخصصين	السؤال المباشر / الترشيح	10%

جدول رقم 6

- استخلاص الموارد غير البشرية المطلوبة لتنفيذ المشروع من الجدول المعد مسبقاً وفقاً للنموذج رقم 1، ثم حصرها ووضع الخطة الزمنية لها وفقاً للنموذج رقم 3، ثم التنسيق مع الجهات ذات العلاقة سواء داخل المنظمة أو خارجها لتوفير تلك الموارد.
- العمل على توفير المتطلبات والأدوات الكفيلة بجعل بيئة المشروع متكاملة ومحفزة، ومن ذلك ما يلي:

م	المجال	المعايير	اشتراطات التنفيذ
1	اللوجستي	<ul style="list-style-type: none"> - بيئة جاذبة ومبهرة. - قاعة تدريب مجهزة. - فريق مشروع. - تلبية الاحتياجات. 	<ul style="list-style-type: none"> - مدير مشروع مؤهل. - علاقات عامة للمشروع. - تهيئة البيئة من حيث (الموقع - الأثاث والأدوات - المرافق)
2	التعليمي	<ul style="list-style-type: none"> - استراتيجيات تعلم حديثة. - مادة علمية مقننة ومركزة. - تنوع الأدوات المستخدمة في التعليم. - ميسرين متمكنين. 	<ul style="list-style-type: none"> - وجود مستشار تعليمي
3	الاجتماعي	<ul style="list-style-type: none"> - بيئة تشاركية وتعاونية. - بيئة آمنة. - بيئة داعمة وممكنة. - بيئة مرنة وليست مسيطرة. 	<ul style="list-style-type: none"> - لقاءات اجتماعية. - تكوين رابطة.

جدول رقم 7

المرحلة الأولى : الإعداد - الخطوة 3/3

المخرجات	المسؤول	الأدوات	المهام	التوصيف	الخطوة
- الجدول الزمني للقاءات والدورات - حصر الجهات والأشخاص المشاركين - لجنة الخبراء	مدير المشروع	- جدول رقم 8	1- تحديد أسماء المحاضرين والمدربين.	يتم في هذه الخطوة التنسيق مع الأفراد والجهات المشاركة في التنفيذ من خارج المنظمة	التنسيق
		- نموذج رقم 4 - جدول رقم 13	2- التنسيق ووضع الجدول الزمني للقاءات والدورات.		
		- نموذج رقم 5 - جدول رقم 9	3- التنسيق مع الشركاء جهات وأفراد.		

إيضاحات:

يتم تحديد أسماء المدربين والمتحدثين بناء على الأدوات المقترحة في جدول رقم 13، والذين سيتم التعاون معهم في تنفيذ اللقاءات والدورات في الخطوة السابعة ضمن مرحلة التأهيل، ويتم تحديد الأسماء عن طريق الاختيار وفقاً لمعايير اختيار المدربين والمتحدثين التالية:

م	المعايير	شواهد التحقق	الوزن
1	متخصص في مجاله	المؤهل الأكاديمي	40%
2	خبرة عملية لا تقل عن 5 سنوات	السيرة الذاتية	30%
3	لديه إنتاج مرئي أو مكتوب	السيرة الذاتية/ المسح المكتبي	10%
4	لديه حضور إعلامي	المسح المكتبي	10%
5	تزكية الخبراء والمتخصصين	السؤال المباشر / الترشيح	10%

جدول رقم 8

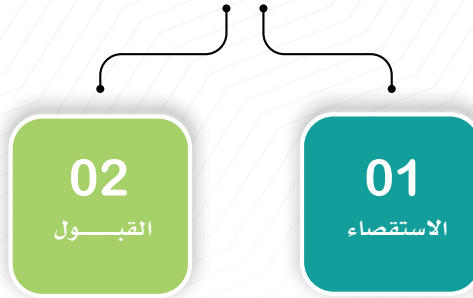
- التنسيق مع الأسماء المختارة لتنفيذ اللقاءات والدورات في المهمة رقم 1 ووضع خطة زمنية مستقلة لتلك اللقاءات والدورات والمحاضرات (نموذج رقم 4) والتي ستنفذ في الخطوة رقم 2 ضمن مرحلة الاكتشاف.
- استخدام النموذج رقم 5 في الحصر بغرض التنسيق مع الجهات أو الأشخاص المزمع التعاون معهم لتنفيذ متطلبات الخطوة رقم 2 ضمن مرحلة الاكتشاف، ومن تلك المتطلبات: المقاييس الشخصية - تحليل شخصية المستفيد - دراسة حسابات المستفيد - تحديد الهوية الإعلامية للمستفيد - جلسات الكوتشنج - الجلسات الاستشارية، على أن يتم عند اختيار الشركاء مراعاة المعايير التالية:

م	المجال	المعايير	أدوات التحقق
1	المؤسسي	<ul style="list-style-type: none"> 1- تصريح نظامي للجهة. 2- فريق عمل متكامل. 3- ضابط اتصال للمشروع. 	<ul style="list-style-type: none"> - توفر ترخيص نظامي. - توفر هيكل فريق العمل. - تعيين ضابط اتصال.
2	المهني	<ul style="list-style-type: none"> 1- السمعة والصورة الذهنية للجهة. 2- احترافية العمل. 3- الخبرات والتجارب السابقة. 4- تبني رسالة المشروع. 	<ul style="list-style-type: none"> - المسح المكتبي. - ارسال نماذج من الأعمال. - التواصل المباشر.
3	اللوجستي	<ul style="list-style-type: none"> 1- مرافق مجهزة بالأدوات. 2- منطقة حيوية وقريبة من المشروع. 	<ul style="list-style-type: none"> - زيارة الجهة. - تركية الشركاء.

جدول رقم 9

المرحلة الثانية: التسجيل

في هذه المرحلة يتم قبول المستفيدين عبر خطوتين رئيسيتين وهي:



يتم في هذه الخطوة فرز المرشحين ثم التقييم والقبول

يتم في هذه الخطوة الاستقصاء عن الأشخاص ذوي الجدارات المناسبة للاستفادة من المشروع.

المرحلة الثانية : التسجيل - الخطوة 2/1

الخطوة	التوصيف	المهام	الأدوات	المسؤول	المخرجات
الاستقصاء	يتم في هذه الخطوة الاستقصاء عن الأشخاص ذوي الجدارات المناسبة للاستفادة من المشروع	1- حصر جهات الترشيح المتاحة.	- ورش عمل - جدول رقم 10	مدير المشروع	- قائمة أسماء المرشحين. - نموذج تسجيل لكل مرشح.
		2- تحديد طرق الوصول المناسبة لكل جهة.			
		3- البدء بإجراءات التواصل مع الجهات.			
		4- حصر أسماء المرشحين للدخول في المشروع.			
		5- تعبئة نموذج التسجيل.	نموذج رقم 6		

إيضاحات:

■ يتم في هذه الخطوة التوجه إلى الجهات التي من المحتمل وجود كفاءات إعلامية لديها، سواء كانت كيانات أو فعاليات أو أفراد، ثم تحديد طرق الوصول إليهم والبدء بإجراءات التواصل معهم تمهيداً لحصر الأسماء المرشحة للاستفادة من المشروع وفقاً للنسبة المحددة لكل جهة والموضحة في الجدول التالي:

م	جهات الترشيح	طرق الوصول	إجراءات التنفيذ
1	الكيانات	<ul style="list-style-type: none"> - الكليات الإعلامية. - سؤال المانحين. - الجهات المنظمات الإعلامية. - الجمعيات والمؤسسات الشبابية. 	<ul style="list-style-type: none"> - المخاطبات الرسمية. - الشراكات مع الجهات. - قواعد بيانات الجهات. - أعضاء هيئة التدريس. - عمادة شؤون الطلاب.
2	الفعاليات	<ul style="list-style-type: none"> - برامج الواقع. - المسابقات الإعلامية. - المؤتمرات والدورات الإعلامية. 	<ul style="list-style-type: none"> - التواصل مع مسؤولي البرامج. - عن طريق ملاحظة خبير. - عن طريق المدربين في الدورات.
3	الأفراد	<ul style="list-style-type: none"> - المشاهير. - الإعلاميين. - المهتمين في مجال الشباب. - ترشيحات فريق المشروع. 	<ul style="list-style-type: none"> - التأكد من توفر المعايير في المرشح. - التواصل الفردي. - المسح المكتبي.

جدول رقم 10

المرحلة الثانية : التسجيل - الخطوة 2/2

المخرجات	المسؤول	الأدوات	المهام	التوصيف	الخطوة
القائمة النهائية للمستفيدين	مدير المشروع	الاجتماعات، نموذج رقم 7	1- تحديد عدد المشاركين المطلوب.	يتم في هذه الخطوة فرز المرشحين ثم التقييم والقبول	القبول
		جدول رقم 11	2- وضع وزن لكل مجال حسب اهتمام المنظمة.		
		نموذج رقم 8	3- المقابلات الشخصية.		
		جدول رقم 12	4- تقييم المرشحين.		
			5- إصدار القائمة النهائية للمستفيدين.		

إيضاحات:

- يتم في هذه الخطوة تحديد تفضيلات المنظمة من ناحية عدد المشاركين ومجالات اهتمامها، حيث يمكن الاسترشاد بالجدول التالي لتحديد المنظمة مجالات اهتمامها:

الوزن	وسائل التحقق	المحاور	المجالات	م
يتم تحديد وزن كل مجال بحسب اهتمام المنظمة	- محتوى المستفيد في منصات الإعلام الرقمي - مبادرات مستفيد الإعلامية. - السؤال المباشر للمستفيد.	1- الاهتمام بمجال التاريخ. 2- الاهتمام بمجال اللغة. 3- الاهتمام بمجال الدين (القيم - التربية - التطوع...)	القيم والهوية	1
		1- الاهتمام بالمواقع الثقافية والأثرية. 2- الاهتمام بالقراءة والكتب. 3- الاهتمام بالقضايا الثقافية العامة	المعرفة والثقافة	2
		- الاهتمام بالكفاءات الشبابية في مجالات ك (صحي - تقني- تطوير الذات - رياضي - إداري...)	القدوات الإيجابية	3

جدول رقم 11

■ بعد ذلك تقوم الجهة بإجراء المقابلة الشخصية مع المرشح وفق النموذج رقم 8، ثم يتم تقييم المرشح من ثلاث جوانب رئيسية، هي المجال الشخصي، المهاري، العلمي، وذلك وفق التفاصيل التالية:

الوزن	الأدوات	المعايير	الجانب	م
40%	<ul style="list-style-type: none"> - الاختبارات الشخصية. - المقابلة الشخصية. - المسح المكتبي. 	<ul style="list-style-type: none"> 1- لديه القابلية الشخصية للظهور الإعلامي. 2- رغبة في التعلم. 3- الطلاقة في الحديث. 4- المرونة الذهنية وسعة الأفق. 5- الخيال والإبداع. 6- لديه الرغبة والشغف الإعلامي. 	الشخصي	1
40%	<ul style="list-style-type: none"> - المسح المكتبي. - ملاحظة الخبير. 	<ul style="list-style-type: none"> 1- القدرة على صناعة المحتوى الإعلامي. 2- يملك الحد الأدنى من المهارات التقنية. 3- لديه حضور إعلامي. 4- الذكاء الاجتماعي. 	المهاري	2
20%	<ul style="list-style-type: none"> - المؤهل الأكاديمي. - السيرة الذاتية. 	<ul style="list-style-type: none"> 1- يملك الاهتمام أو التخصص المحدد. 2- الثقافة وسعة الاطلاع. 3- تزكية الخبراء والمتخصصين. 	العلمي	3

جدول رقم 12

المرحلة الثالثة: الاكتشاف

في هذه المرحلة يتم اكتشاف وتأهيل المستفيد عبر خمس خطوات رئيسية وهي:



المرحلة الثالثة : الاكتشاف - الخطوة 5/1

المخرجات	المسؤول	الأدوات	المهام	التوصيف	الخطوة
<ul style="list-style-type: none"> - تقرير علمي عن شخصية المستفيد. - تقرير عن مجال المستفيد الإعلامي. - تقرير عن منصة المستفيد الأولى. - تقرير شامل لحسابات المستفيد. 	مدير المشروع	<ul style="list-style-type: none"> - المقاييس الشخصية - مقياس بيركمان - مقياس ديسك - مقياس هولاند 	<ul style="list-style-type: none"> 1- اختبار المقاييس العلمية المناسبة. 2- التعاقد مع جهة أو مستشار لتنفيذ المقياس. 	يتم فيها تحليل شخصية المستفيد وحساباته في وسائل التواصل الرقمي	التحليل
		<ul style="list-style-type: none"> - Hootsuite - Socialbakers - Cyfe - balde Social - نموذج رقم 9 	<ul style="list-style-type: none"> 1- إعداد قائمة بحسابات المستفيد. 2- تحديد المنصة الأولى للمستفيد 3- التعاقد مع جهة أو متخصص لإجراء تقرير متكامل عن حسابات المستفيد. 		

إيضاحات:

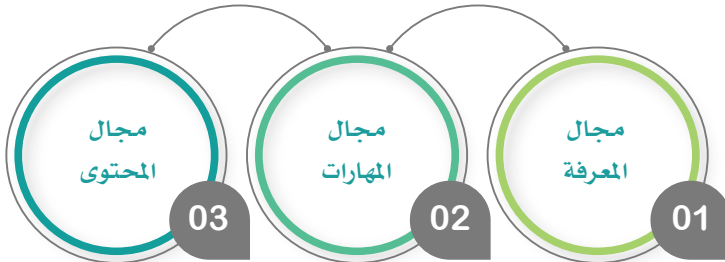
- يتم في هذه الخطوة تحليل شخصية المستفيد عبر المقاييس الشخصية الشهيرة للخروج بتقرير علمي عن شخصية المستفيد.
- يتم تحليل حسابات المستفيد في وسائل التواصل الرقمي للخروج بتقارير عن مجال المستفيد الإعلامي، منصة المستفيد الأولى، وتقرير شامل عن حسابات المستفيد، ويمكن الاستفادة في هذا الجانب من النموذج رقم 9.

المرحلة الثالثة : الاكتشاف - الخطوة 5/2

الخطوة	التوصيف	المهام	الأدوات	المسؤول	المخرجات
التمهيد	يتم فيها إكساب المستفيد مهارات التأثير والظهور الإعلامي	- إعداد خارطة تأهيلية وفق الاحتياجات التدريبية في المجالات ذات العلاقة بالإعلام، - جدول رقم 13	- الدورات التدريبية. - اللقاءات المعرفية. - القراءة والسماع الموجه. - تحليل التجارب. - تطبيقات عملية. - جلسات الكوتشنج، - نموذج رقم 10	مدير التدريب	- إعلامي مؤهل معرفياً ومهارياً.

إيضاحات:

- يتم في هذه الخطوة إكساب المستفيد مهارات التأثير والظهور الإعلامي عن طريق إعداد خارطة معرفية ومهارية وفق الاحتياجات التدريبية في مجالات التأهيل.
- مجالات التأهيل: من خلال استعراض عدد من الدراسات والمسح المكتبي وعقد عدد من ورش العمل والاجتماعات الداخلية ومقابلة عدد من الخبراء، تم تحديد مجالات التأهيل التالية:



■ يقترح الدليل أن تكون الخارطة التأهيلية للمستفيد في المجالات المذكورة وفقاً للموضوعات، العناصر، المضردات، الأدوات، والمراجع الموضحة في الجدول التالي:

المراجع	الأدوات	المضردات	العناصر	الموضوعات	المجال
	لقاء تطويري				المعرفة
- الإعلام الرقمي من البدايات إلى تشكل الإمبراطوريات (ماجد الجريوي) - نظريات الاتصال (د. محمد القعاري) - نظريات الاتصال (د. مصطفى النمر) - كتاب منصات التواصل الاجتماعي (غاري فاينرشاك)	قراءة موجهة	- مفهوم الإعلام الرقمي - أهمية الإعلام الرقمي - نظريات الإعلام الرقمي - منصات الإعلام الرقمي - الممارسات ونماذج واقعية في الإعلام الرقمي	نظرة عامة حول الإعلام الرقمي	مقدمة في الإعلام الرقمي	
- هندسة الجمهور (أحمد فهمي)	قراءة موجهة	- مفهوم الجماهير. - أنواع الجماهير.	تحريك الجماهير		
- سكيولوجية الجماهير - مراجعة كرتونية (قناة أخضر)	مشاهدة	- أساليب تحريك الجماهير.			
- كتاب الإعلام والقيم (ماجد الغامدي)	قراءة موجهة	- مفهوم الإعلام والقيم - أهمية الإعلام والقيم - أهمية القيم في المجتمعات	مقدمة في الإعلام والقيم		
- كتاب سؤال القيم ونظرية الاتصال الجماهيري (د. هشام المكي)	قراءة موجهة	- العلاقة بين الإعلام والقيم - دور الإعلام القيمي في المجتمعات			
المؤثر القيمي	لقاء تطويري				
هموم المؤثرين	حلقة نقاش			الإعلام والقيم	
أسرار التأثير الإعلامي	لقاء تطويري				
- بودكاست سواف بزنس - كيف تكون مؤثراً في وسائل التواصل	مشاهدة / سماع	- مفهوم التأثير الإعلامي - أساليب التأثير الإعلامي	التأثير الإعلامي		
- الإعلام وضبط الواقع (محمد علي فرح) - نظريات التأثير الإعلامي (محمد البشر)	قراءة موجهة				

المراجع	الأدوات	المفردات	العناصر	الموضوعات	المجال
- مقال سراب الشهرة (سليمان العبودي - موقع أثار)	قراءة	- مفهوم الشهرة - إيجابيات وسلبيات الشهرة	مقدمة في الشهرة	الشهرة:	المعرفة
- هوس الترنند (سعد القحطاني)	مشاهدة				
- بودكاست فنجان - التعامل مع الشهرة (عبدالله السبع)	مشاهدة / سماع	- أثار الشهرة على الفرد ومجتمعه أساليب المحافظة على الشهرة القيميّة - طرق تطويع الشهرة لمصلحة الفرد - خسارة الشهرة وطريقة التعامل معها	التعامل مع الشهرة		
- بيركمان - ديسك - هولند - MPTI	مقاييس شخصية.	- الرؤية - الرسالة - الأهداف	تحديد الاستراتيجيات	المشاركة الإعلامية	المهارات
- كتاب ماهي ميزتك الوحيددة (ستيف أولشر)	قراءة				
- أدوات في تحليل المنصات - متخصص في تحديد المنصات	ورشة عمل	- تحديد المنصات المستخدمة - تحديد المجال المناسب للظهور الإعلامي - تحديد الخطة العملية للظهور الإعلامي - تحديد المستهدفين من الظهور الإعلامي	تحديد الآليات ونطاق العمل		
- الخطة الإعلامية - ممارس في الإعلام	دورة تدريبية				
تقرير تحليل المنصات الرسمية.	تحليل	- قياس مستويات الأداء - تحديث الأساليب والمنصات المستخدمة الخطط "تحسين وتطوير"	القياس وتحسين الأداء		
- كتاب الكاريزما الإعلامية (ماجد الغامدي)	قراءة موجّهة	- مفهوم الكاريزما الشخصية - أنواعها الكاريزما الشخصية - طرق اكتساب الكاريزما الشخصية	الكاريزما الشخصية		
- الكاريزما الإعلامي	دورة تدريبية				
- كتاب الكاميرا في خدمة رسالتك (خالد الشريمي)	قراءة موجّهة	- أنواع التصوير - أساليب التصوير - مواقع التصوير - أنواع الإضاءة - طرق توزيع الإضاءة - اتجاهات الإضاءة	مقدمات في الإضاءة والتصوير	التصوير والإضاءة	
- فن التصوير	دورة تدريبية				

المراجع	الأدوات	المفردات	العناصر	الموضوعات	المجال
- برنامج السيناريست - دورة فن كتابة السيناريو (هاني تيتاوي) .	مشاهدة			مبادئ الكتابة	المهارات
دروب الكتابة (رائد العيد) .	قراءة موجهة	- مفهوم كتابة النص / السكريبت - تحديد النمط أو القالب (مقال - قصة - سينمائي وغيرها) - تحديد المراجع	مفهوم كتابة النص الإعلامي وأنواعه		
- أدوات الكتابة - روي بيتر كلارك - دليل التحرير العربي - أرامكو السعودية	قراءة موجهة				
- كتابة محتوى لحقات مرئية	تطبيق عملي				
- صناعة المبادرات الإعلامية	دورة تدريبية	- مفهوم المبادرة الإعلامية		المبادرات	
كيف تنجح مبادرتك (أمجد جمباز - هاني المنيعي)	قراءة موجهة	- أهمية صناعة المبادرات الإعلامية - أنواع المبادرات الإعلامية - أدوات صناعة المبادرات الإعلامية - كيفية صناعة المبادرات الإعلامية - نماذج لمبادرات إعلامية رائدة	المبادرة الإعلامية		
- صناعة المشاريع الإعلامية (رياض الفريجي)	مشاهدة				
- فن الإلقاء (عبدالله البابطين)	قراءة موجهة			الإلقاء والإقناع	
- أساليب الإقناع	دورة تدريبية	- فن الإلقاء - مفهوم الإقناع - استراتيجيات الإقناع			
- المرجع الأكيد في لغة الجسد - آلان باربارا بيبز	قراءة موجهة	- مفهوم لغة الجسد - أساليب التواصل الفعال مع الآخرين - طرق مخاطبة المشاعر	التواصل مع الآخرين	التواصل الفعال	

المراجع	الأدوات	المفردات	العناصر	الموضوعات	المجال
كتاب صناعة المحتوى الإعلامي (ماجد الغامدي)	قراءة موجهة				المحتوى الإعلامي
كتاب رحلة المحتوى (بسام السيد - عبدالعزيز بن هلابي)	قراءة موجهة	- مفهوم صناعة المحتوى الإعلامي - أهمية صناعة المحتوى الإعلامي - فكرة المحتوى الإعلامي وتقييمها - كتابة المحتوى الإعلامي - تحويل الكتابة إلى مشاهد تصويرية	صناعة المحتوى الإعلامي		
مقطع مرئي كيف يكون المحتوى هو قلب الاتصال (م. أحمد الفنيس)	مشاهدة				
صناعة المحتوى (ماجد الغامدي/ بسام السيد)	ورشة عمل				
	قراءة موجهة				الابتكار المحتوى
أفكار إبداعية في البرامج الإعلامية (علي العزازي)	دورة تدريبية	- مفهوم الإبداع - طرق توليد الأفكار الإبداعية	الإبداع والإبتكار في صناعة المحتوى		
قناة خالديا في اليوتيوب	ورشة عمل				
- كتاب 360 التسويق على منصات التواصل (حاتم الكاملي) - التسويق 4,0 (فيليب كوتلر)	قراءة	- مفهوم تسويق المحتوى. - أهمية تسويق المحتوى. - نماذج في تسويق المحتوى	مقدمة في تسويق المحتوى		تسويق المحتوى
كتاب سوشليات (بسام السيد)	قراءة موجهة	- التسويق عن طريق المشاهير - التسويق عبر شبكات التواصل	أساليب النشر والتسويق		
بودكاست أسرار التسويق الرقمي (حاتم الكاملي)	مشاهدة/ استماع				

جدول رقم 13

المرحلة الثالثة : الاكتشاف - الخطوة 5/3

المخرجات	المسؤول	الأدوات	المهام	التوصيف	الخطوة
إعلامي لديه هوية إعلامية محددة.	مدير التدريب	جلسات الكوتشنج، نموذج رقم 10	<ul style="list-style-type: none"> - إعداد ملف شامل لشخصية المستفيد. - إعداد ملف شامل لحسابات المستفيد. - التنسيق مع مستشار متخصص في اكتشاف الهوية الإعلامية. - إرسال نموذج الجلسة الاستشارية للمستفيد. - إعداد تقرير تغذية راجعة من المستشار. 	يتم فيها اكتشاف هوية المستفيد الإعلامية وتمكينه	التحديد

إيضاحات:

■ يتم في هذه الخطوة اكتشاف الهوية الإعلامية للمستفيدين عبر تنفيذ جلسات الكوتشنج بواسطة مستشارين متمكنين، ليصبح لدى المستفيد بعد هذه الخطوة هوية إعلامية محددة، يستفاد في جلسات الكوتشنج من النموذج رقم 10.

المرحلة الثالثة : الاكتشاف - الخطوة 5/4

المخرجات	المسؤول	الأدوات	المهام	التوصيف	الخطوة
- حساب فاعل ومؤثر في تخصصه.	مسؤول الإنتاج الفني	<ul style="list-style-type: none"> - مسح مكتبي - ملاحظة المستشار. - نموذج رقم 11. 	<ul style="list-style-type: none"> - اختيار المنصة الأقوى للمستفيد. - التأكد من بوصلة المستفيد الإعلامية. - رسم رؤية فنية لمحتوى المستفيد. - تقديم خدمات لوجستية لحسابات المستفيد. 	يتم تعزيز محتوى المستفيد وهويته الإعلامية وتقديم خدمات لهويته الإعلامية	التعزيز

إيضاحات:

■ يتم في هذه الخطوة تعزيز محتوى المستفيد وهويته الإعلامية من خلال اختيار المنصة الأقوى للمستفيد والتأكد من بوصلة المستفيد الإعلامية ورسم رؤية فنية لمحتوى المستفيد وتقديم خدمات لوجستية لحساباته وذلك عن طريق المسح المكتبي وملاحظات المستشار الإعلامي، ليكون المخرج حساب فاعل ومؤثر في تخصصه، يمكن الاستفادة من النموذج رقم 11.

المرحلة الثالثة : الاكتشاف - الخطوة 5/5

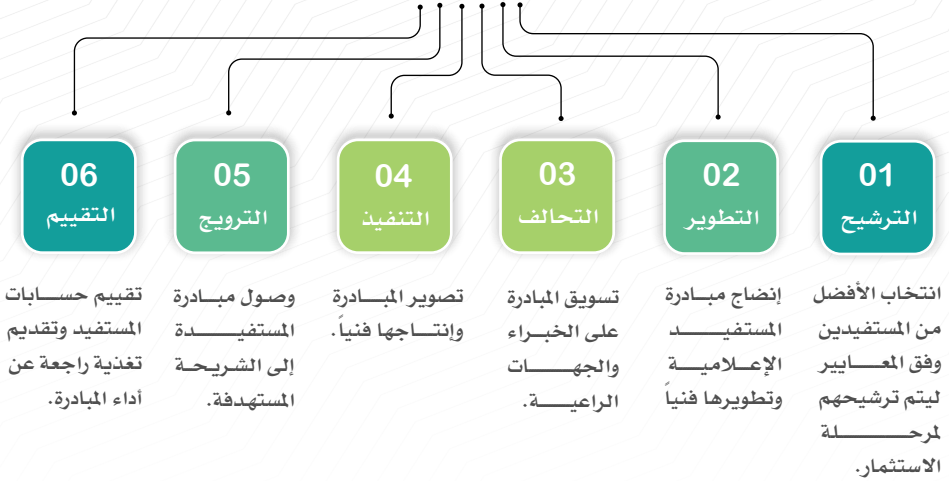
المخرجات	المسؤول	الأدوات	المهام	التوصيف	الخطوة
مبادرات إعلامية.	مدير المشروع	- ورشة عمل في تصميم المبادرات الإعلامية. - لقاء في ابتكار الأفكار. - نموذج رقم 12.	1- إرسال نموذج تصميم المبادرات للمستفيد. 2- تعبئة نموذج المبادرات من المستفيد. 3- مراجعة المبادرة من فريق المشروع.	تصميم مبادرة إعلامية تتناسب مع قدرات المستفيد وإمكاناته	التصميم

إيضاحات:

■ يتم في هذه الخطوة تصميم مبادرة إعلامية تتناسب مع قدرات المستفيد وإمكاناته، يتم تصميم المبادرة باستخدام النموذج رقم 12، ثم إرسالها إلى فريق الخبراء للمراجعة.

المرحلة الرابعة: الاستثمار

في هذه المرحلة يتم تمكين المستفيد لإطلاق مشروعه الإعلامي عبر ست خطوات رئيسية وهي:



المرحلة الرابعة : الاستثمار - الخطوة 6/1

الخطوة	التوصيف	المهام	الأدوات	مسؤول	المخرجات
الترشيح	تحكيم المبادرات الإعلامية وترشيح الأفضل منها ليتم تبنيها وتمكين أصحابها من تنفيذ هذه المبادرات	1- تحكيم المبادرة من لجنة الخبراء. 2- التعاقد مع المستفيدين المرشحين لمرحلة الاستثمار. 3- إغلاق مرحلة الاكتشاف والانتقال للاستثمار.	جدول رقم 14 نموذج رقم 13	مدير المشروع	- مبادرة إعلامية محكمة. - قائمة المرشحين لمرحلة الاستثمار.

إيضاحات:

- ترشيح أصحاب المبادرات المختارة لمرحلة الاستثمار وإغلاق المشروع مع بقية المستفيدين.
- يتم تقييم المستفيدين المرشحين لمرحلة الاستثمار وفقاً للمعايير التالية:

م	المجال	المتطلبات	أدوات التنفيذ	الوزن
1	التنظيمي	- الالتزام بعقد شراكة. - الالتزام بحضور 80٪ من المشروع.	- توقيع عقد الشراكة - كشف الحضور.	20٪
2	المهني	- القدرة على بناء العلاقات. - الفاعلية في حسابات المستفيد.	- ملاحظة خبير. - المسح المكتبي.	30٪
3	التعليمي	- استيفاء متطلبات التأهيل. - الميزة التنافسية في المبادرة الإعلامية. - التركيز والحرص أثناء اللقاءات. - التفاعل مع الضيوف والمتحدثين.	- قائمة المهام الفردية. - رأي المحكمين. - ملاحظة الخبير.	30٪
4	الاجتماعي	- التفاعل والإيجابية مع فريق المشروع - رأي لجنة الخبراء. - التعامل الحسن مع أصحاب المصلحة.	- ملاحظة فريق العمل. - التغذية الراجعة.	20٪

جدول رقم 14

- يتم توقيع عقد مع المستفيد المرشح لمرحلة الاستثمار وفقاً للنموذج رقم 14، ويقترح الدليل أن تراعي الجهة الاشتراطات المالية والقانونية التالية:
1. دفع غرامة مالية في حال الانسحاب من المشروع.
 2. تقديم المستفيد ساعات تطوعية للجهة.
 3. وضوح مرجعية للملكية الفكرية للمبادرات.
 4. اشتراط نسب مالية في حال اتفاق الطرفين.

المرحلة الرابعة : الاستثمار - الخطوة 6/2

الخطوة	التوصيف	المهام	الأدوات	المسؤول	المخرجات
التطوير	إنضاج مبادرة المستفيد الإعلامية وتطويرها فنياً	1- التنسيق مع متخصص في صناعة المحتوى. 2- إعداد تقرير فني عن المبادرة وتطويرها. 3- عرض التقرير على لجنة الخبراء واعتماد التعديلات.	- مجموعة تركيز لإنضاج الفكرة. - رأي الخبراء.	مسؤول الإنتاج الفني	مبادرة إعلامية جاهزة للتبني

إيضاحات:

- تهدف هذه الخطوة إلى الخروج بمبادرات إعلامية ناضجة جاهزة للتبني وذلك عن طريق إنضاج المبادرات المرشحة وتطويرها فنياً بواسطة مجموعات التركيز وآراء الخبراء.

المرحلة الرابعة : الاستثمار - الخطوة 6/3

الخطوة	التوصيف	المهام	الأدوات	المسؤول	المخرجات
التحالف	تسويق المبادرة على الخبراء والجهات الراعية.	1- تصميم ملف فني ومالي للمبادرة. 2- عرض الملف الفني والمالي على الخبراء والجهات الراعية. 3- التواصل مع الخبراء والمشاهير لتسويق المبادرة.	- الاجتماعات، نموذج رقم 7. - المخاطبات الرسمية.	مدير المشروع	مبادرة إعلامية مستدامة

المرحلة الرابعة : الاستثمار - الخطوة 6/4

الخطوة	التوصيف	المهام	الأدوات	المسؤول	المخرجات
التنفيذ	تصوير المبادرة وانتاجها فنياً	1- إعداد خطة تنفيذية لسير المبادرة.	نموذج رقم 14	الإنتاج الفني	محتوى إعلامي جاهز للنشر
		2- البحث عن شركاء لتنفيذ المبادرة.	جدول رقم 9		
		3- التعاقد مع الجهة المنفذة.	نموذج رقم 15		
		4- الإشراف على سير تنفيذ المبادرة.	الزيارة الميدانية		
		5 استلام المنتج النهائي من الشريك المنفذ.			

المرحلة الرابعة : الاستثمار - الخطوة 6/5

الخطوة	التوصيف	المهام	الأدوات	المسؤول	المخرجات
الترويج	وصول المبادرة المستفيدة إلى الشريحة المستهدفة	1- إعداد خطة ترويجية للمبادرة. 2- ترويج حسابات المستفيد. 3- ترويج المبادرة.	- نموذج رقم 16 - الترويج المدفوع. - الترويج عبر المشاهير.	الإنتاج الفني	مبادرة إعلامية وصلت بنسبة 80٪ للمستهدفين

المرحلة الرابعة : الاستثمار - الخطوة 6/6

الخطوة	التوصيف	المهام	الأدوات	المسؤول	المخرجات
التقييم	تقييم حسابات المستفيد وتقديم تغذية راجعة عن أداء المبادرة	1- التعاقد مع مستشار إعلامي. 2- تقديم تقرير فني عن حسابات المستفيد. 3- تقديم تقرير فني عن أداء المبادرة الإعلامية. 4- تنسيق جلسة كوتشنج مع مستشار إعلامي	- المسح المكتبي. - جلسات كوتشنج.	مدير المشروع	- تقرير فني لقياس أثر المستفيد ومبادرته

المرحلة الخامسة: الإغلاق

في هذه المرحلة يتم إغلاق المشروع عبر أربع خطوات رئيسية وهي:



المرحلة الخامسة : الإغلاق - الخطوة 4/1

المخرجات	المسؤول	الأدوات	المهام	التوصيف	الخطوة
خطط الاستدامة	مسؤول الإنتاج الفني	مجموعات تركيز. جدول رقم 15	- دراسة حالة كل مستفيد على حدة. - تحديد الوسائل المناسبة لاستدامة أثر كل مستفيد.	العمل على تنفيذ أعمال ومبادرات تسهم في استدامة أثر المستفيد	الاستدامة

إيضاحات:

■ الهدف من هذه الخطوة العمل على استدامة أثر المستفيد وفقاً لآليات استدامة الأثر التالية:

م	المجال	الأساليب	إجراءات التنفيذ	الوزن
1	الشخصي	- تفريره للمسار الإعلامي - توفير رعايات أو مصادر دخل.	- ترويج حسابات المستفيد. - بناء العلاقات مع الجهات الإعلامية. - تسويق المستفيد على الرعاية.	50%
2	الفني	- بناء العلاقات مع خبراء و جهات. - وجود رؤية استراتيجية في المسار الإعلامي. - مستشار إعلامي. - تحديد الاحتياجات الفنية.	- زيارة جهات وخبراء. - تصميم رؤية استراتيجية في المسار الإعلامي. - تمليك الأدوات والمهارات اللازمة. - التغذية الراجعة. - توفير مستشار إعلامي.	30%
3	الاجتماعي	- تكوين رابطة للمستفيدين. - حدث سنوي	- توفير منصات تواصل افتراضية. - إعداد حدث سنوي	20%

جدول رقم 15

المرحلة الخامسة : الإغلاق - الخطوة 4/2

الخطوة	التوصيف	المهام	الأدوات	المسؤول	المخرجات
تقييم المشروع	تقييم المشروع من كافة جوانبه للاستفادة من التجربة	- تقييم مخرجات المشروع الرئيسية: - المبادرات - المؤثرون - المبادرات الممكنة	- مجموعات تركيز.	مدير المشروع	- تقييم المشروع

المرحلة الخامسة : الإغلاق - الخطوة 4/3

المخرجات	المسؤول	الأدوات	المهام	التوصيف	الخطوة
مكتبة الوثائق	مدير المشروع	مجموعات تركيز	1- تقييم مخرجات المشروع الرئيسية: - المبادرات - المؤثرون - المبادرات الممكنة 2- الاحتفاظ بكافة أشكال الوثائق: مستندات - فيديو - صور - حقائب تدريبية إلخ	توثيق الدروس المستفادة والتقارير والتقييمات والمبادرات	التوثيق

المرحلة الخامسة : الإغلاق - الخطوة 4/4

المخرجات	المسؤول	الأدوات	المهام	التوصيف	الخطوة
التقرير النهائي للمشروع	مدير المشروع	الاستعانة بمتخصصين.	1- تحديد الجهات التي ستقدم لها التقارير. 2- تحديد أنواع التقارير المطلوبة. 3- إعداد محتوى التقارير. 4- التصميم. 5- الإرسال للجهات والأشخاص ذوي العلاقة	إصدار التقارير المرئية والمطبوعة	التقرير

نماذج الدليل

التموذج	م
نموذج التخطيط للموارد	1
نموذج تحليل المخاطر	2
نموذج الخطة الزمنية للموارد غير البشرية	3
نموذج الخطة الزمنية للقاءات والدورات	4
نموذج تحديد الجهات والأشخاص المشاركة	5
نموذج تسجيل مرشح	6
نموذج محضر اجتماع	7
نموذج مقابلة مرشح	8
تحليل حسابات مستفيد	9
نموذج جلسات الكوتشنج	10
نموذج خطة محتوى	11
نموذج تصميم المبادرات الإعلامية	12
عقد التزام مستفيد	13
نموذج خطة تنفيذية	14
تعاقد مع جهة منفذة	15
نموذج خطة ترويج مبادرة	16



للوصول إلى النماذج
امسح الرمز

نموذج (1)

نموذج التخطيط للموارد

المرحلة	الخطوات	المهام	المورد البشري	المعدات والأدوات	التكلفة	
المرحلة الأولى	الخطوة الأولى	المهمة 1	مدير المشروع	أوراق	500	
		المهمة 2				
		المهمة 3		قاعة		
	الخطوة الثانية	المهمة 1				200
		المهمة 2	المنسق			
		المهمة 3				
المرحلة الأولى	الخطوة الأولى	المهمة 1			1300	
		المهمة 2		مقياس		
		المهمة 3	المحاضر			
	الخطوة الثانية	المهمة 1				4000
		المهمة 2				
		المهمة 3				
الخطوة الثالثة	المهمة 1		المستشار		6000	
	المهمة 2			منصة		
	المهمة 3					
مجموع التكاليف					6000	

نموذج (2)

نموذج تحليل المخاطر

المسؤول	الاستجابة	الخطر	المهام	الخطوات	المرحلة
			المهمة 1	الخطوة الأولى	المرحلة الأولى
			المهمة 2		
			المهمة 3		
			المهمة 1	الخطوة الثانية	
			المهمة 2		
			المهمة 3		
			المهمة 1	الخطوة الأولى	المرحلة الأولى
			المهمة 2		
			المهمة 3		
			المهمة 1	الخطوة الثانية	
			المهمة 2		
			المهمة 3		
			المهمة 1	الخطوة الثالثة	المرحلة الأولى
			المهمة 2		
			المهمة 3		

نموذج (3)

نموذج الخطة الزمنية للموارد غير البشرية

المسؤول	المصدر	المهمة	الخطوة	التاريخ	المعدات والأدوات
محمد	الجهة	المهمة 1	1	2022/10/10	التقاعة
خالد	شريك	المهمة 2	5	2022/10/15	
مهند		المهمة 3	20	2022/10/20	
عبدالله	مستشار	المهمة 1	9	2022/10/5	المقياس
فيصل		المهمة 2	1	2022/10/28	
		المهمة 3	7	2022/10/11	الاستوديو
	استئجار	المهمة 1	13	2022/11/01	
		المهمة 2	17	2022/11/05	

نموذج (4)

نموذج الخطة الزمنية للقاءات والدورات

الاسم البديل	الاسم المرشح	التاريخ	اللقاء / الدورة
صالح الصالح	محمد المحمد	2022-11-15	المبادرات الإعلامية

نموذج (5)

نموذج تحديد الجهات والأشخاص المشاركة

شكل التعاون	الجهة/الشخص
دورة تدريبية بعنوان :	مركز تدريب أ
لقاء تطويري	
ورشة عمل	
جلسات كوتشنج	الكوتش خالد
جلسات استشارة	
تحليل شخصيات	المستشار عبدالله
مقياس بيركمان	
تحليل حسابات	

نموذج (6) نموذج تسجيل مرشح

الاسم	العمر	الجنس
الدرجة العلمية	رقم الجوال	البريد الإلكتروني
المدينة	الحالة الاجتماعية	
حسابك في تويتر	عدد المتابعين	
حسابك في الانستغرام	عدد المتابعين	
حسابك في السناب شات	عدد المتابعين	
حسابك في الفيس بوك	عدد المتابعين	
قناتك في التليجرام	عدد المتابعين	
قناتك في اليوتيوب	عدد المتابعين	
مجموع فيديوهات اليوتيوب	مجموع مشاهدات اليوتيوب	
مجال المحتوى الذي تقدمه		
أسلوب التقديم أو قالب		
المهارات الإعلامية المكتسبة		
المهارات الإعلامية التي تريد تطويرها		
هل سبق أن التحقت ببرامج تهتم بالمجال الإعلامي (ذكر البرنامج والجهة المقدمة إن وجد)		
مساحة حرة لما تريد أن تضيفه عن شخصيتك		

نموذج (7)

نموذج محضر اجتماع

المعلومات الأولية

رقم الاجتماع	موضوع الاجتماع	اليوم والتاريخ	الوقت والمكان	
الأجندة				
الحضور				
التداولات				
-1				
-2				
م	المهام	موكلة إلى	التاريخ المحدد للإنجاز	ملاحظات

نموذج (8)

نموذج مقابلة مرشح

ملاحظات	درجة المعيار	المعايير	مجالات المقابلة	م
		لديه القابلية الشخصية للظهور الإعلامي	الشخصية	1
		رغبة في التعلم.		
		الطلاقة في الحديث		
		المرونة الذهنية وسعة الأفق		
		الخيال والإبداع		
		لديه الرغبة والشغف الإعلامي		
		القدرة على صناعة المحتوى الإعلامي	المهارات الفنية والإعلامية	2
		يملك الحد الأدنى من المهارات التقنية		
		لديه حضور إعلامي		
		الذكاء الاجتماعي		
		يملك الاهتمام أو التخصص المحدد	العلمية	3

نموذج (9)

تحليل حسابات مستفيد

		اسم المنصة				الاسم
		عدد المتابعين				المجال
الحقائق والآراء	القيم والاتجاهات	الأفكار والخطاب	المهارات	المفاهيم والمصطلحات	أبرز الموضوعات	

نموذج تحليل منصة

التنوع في المحتوى (صورة - نص - فيديو)	أوقات النشر	الشريحة المستهدفة (النوع - العمر - الجنس..)	زوايا التصوير	مدى التأثير	التفاعل

التقييم بشكل عام للحساب :

نموذج (10)

نموذج جلسات الكوتشنج

نتائج الجلسة الاستشارية لتحديد الهوية الإعلامية

اسم المشارك :

وصف الشخصية وفق الاختبار

وصف الشخصية وفق مقياس 360

وصف الشخصية وفق مقياس الهوية

نقاط قوة

نقاط تحتاج تطوير

توصيات عامة

مجال المشارك

نموذج (11)

نموذج خطة محتوى

ملاحظات	المتصة	سيناريو المحتوى	نوع المحتوى	اليوم	الشهر
					الأول
					الثاني

نموذج (12)

نموذج تصميم المبادرات الإعلامية

نموذج المبادرة الإعلامية	
اسم المبادرة	المنصة الرئيسية
المنصات الداعمة	
مقدمة	
الفكرة	
أفكار مشابهة	
الفئة المستهدفة	
مبررات المبادرة	
أهداف المبادرة	
مراحل المبادرة	
مدة المبادرة	
القيمة المضافة	
متطلبات التنفيذ	
مقدم المبادرة	
التكلفة التقديرية	
أفكار تسويقية	
المخرج النهائي	

نموذج (13)

عقد التزام مستفيد

في هذا اليوم الموافق /... /..... 14هـ الموافق /... /... في مدينة تم بعون الله وتوفيقه إبرام هذا العقد بين كل من :

أولاً: بموجب سجل تجاري رقم وتاريخ /... /... هـ ، وعنوانه ص.ب. الرياض حي الندى - شارع هاتف ويشار إليه بالطرف الأول.

ثانياً: الجنسية بموجب سجل مدني رقم وتاريخ ويقوم بمدينة وجوال: ويشار إليه بالطرف الثاني.

تمهيد: حيث إن الطرف الأول مركز متخصص في العناية بالكفاءات الشبابية وتأهيلها، وحيث إن الطرف الثاني لديه الرغبة والتجربة في مجال الإعلام الاجتماعي ولديه الرغبة في تطوير ذاته ، وحيث إن الطرفين لديهما الرغبة في إبرام عقد شراكة في مجال الإعلام الاجتماعي فقد اتفق الطرفان وهما بكامل الأهلية المعتبرة شرعاً على إبرام هذا العقد طبقاً للبند التالي:

أولاً: تعتبر مقدمة العقد أعلاه جزءاً لا يتجزأ من هذا العقد.

ثانياً: التزامات الطرفين:

1. أن يقوم الطرف الأول بتمويل المبادرة وفق المبلغ المتفق عليه بين الطرفين.
2. أن يقوم الطرف الأول بكل ما يلزم من تنسيقات وخدمات لوجستية لتنفيذ المبادرة.
3. على الطرف الثاني الالتزام في حساباته ومبادرته بالقيم الإسلامية.
4. على الطرف الثاني عدم طرح في حساباته أو مبادرته ما يخالف الشريعة.
5. على الطرف الثاني الالتزام بالسياسات والقوانين العامة بالمملكة العربية السعودية.
6. على الطرف الثاني عدم الحديث في القضايا السياسية أو الشأن العام وما يتعلق بها.
7. يلتزم الطرف الثاني بتنفيذ المبادرة خلال مدة العقد.
8. يلتزم الطرف الثاني بتقديم 5 ساعات تطوعية للمشروع في نسخته القادمة.
9. يلتزم الطرف الثاني بدفع 50% من تكلفة الفرد في حال انسحابه من مرحلة التمكين.

ثالثاً: مدة العقد:

مدة هذا العقد تبدأ من تاريخ توقيعه من قبل الطرفين وينتهي قبل ... /... / 1400 .

رابعاً: ينتهي العقد بانتهاء المدة، أو باتفاق الطرفين على إنهائه.

خامساً: التكلفة:

تكلفة الفرد في المشروع ريال (.....) مقابل الخدمات التي يقدمها المركز، يدفعها المستفيد أو من ينوب عنه من الجهات المانحة أو المسؤولية الاجتماعية في الشركات على فترتين عند توقيع العقد وعند استلام الخطة.

سادساً: حرر هذا العقد من نسختين، يحتفظ كل طرف منهما بنسخة منها .

سابعاً: أقر الطرفان بأنهما قد اطلعا على بنود هذا العقد بعناية تامة تنفي الجهالة وقد ارتضياه باختيارهما وأذنا لمن يشهد والله خير الشاهدين.

الطرف الثاني

الطرف الأول

الاسم :

الاسم :

التوقيع :

التوقيع :

نموذج (14)

نموذج خطة تنفيذية

مارس		فبراير				يناير				المدة	المسؤول	الأنشطة والمهام	المحور
2	1	4	3	2	1	4	3	2	1				
													الأول
													الثاني

نموذج (15)

تعاقد مع جهة منفذة

تم بعون الله يوم تاريخ/...../14 الموافق/.../20م وفي مدينة الاتفاق بين كل من:

الطرف الأول	وعنوانها الدائم
هاتف رقم	فاكس
البريد الإلكتروني	سجل تجاري رقم

الطرف الثاني	العنوان الوطني
هاتف رقم	فاكس
البريد الإلكتروني	سجل تجاري رقم

تمهيد:

حيث أن الطرف الأول يعمل على تنفيذ مشروع إعلامي مختص في بناء الكفاءات الشبابية الإعلامية، ونظراً لما أبداه الطرف الثاني من استعداد لتقديم خدماته المتخصصة وحيث إن الطرف الثاني قد أكد بأن لديه القدرة الفنية والكفاءة والخبرة اللازمة لتنفيذ العمل وفقاً لبنود هذا العقد فقد اتفق الطرفان وهم بكامل أهليتهم الشرعية والنظامية على ما يلي:

المادة الثانية: موضوع العقد

نطاق العمل:

المادة الثالثة: المدة الزمنية للعقد:

يلتزم الطرف الثاني بتنفيذ المشروع عبر مرحلتين وذلك كما يلي:.

المادة الرابعة: التزامات الطرف الأول:

- تعيين مسؤول اتصال وذلك للتنسيق والتواصل حول آليات تنفيذ المشروع.
- تزويد الطرف الثاني بالبيانات المطلوبة والمتاحة لديه عن موضوع العقد.
- الوفاء بسداد الدفعات المالية للمشروع في الوقت المحدد.

المادة الخامسة: التزامات الطرف الثاني

تنفيذ المشروع وفق أحدث الأساليب والأدوات الفنية المتعارف عليها لتنفيذ الأعمال الإعلامية. لا يجوز للطرف الثاني إجراء أي تعديل على موضوع العقد أو مدته إلا بعد الحصول على موافقة خطية من الطرف الأول.

في حال تأخر الطرف الثاني في تنفيذ أعمال موضوع العقد خلال المدة المتفق عليها فإنه يحق للطرف الأول إيقاف غرامة تأخير وذلك بخصم نسبة لا تزيد عن ...% من أجره الأعمال. رفع التقارير الدورية عن حالة العمل أسبوعياً بالصورة التي تعكس الأداء والإنجاز والاتجاه نحو تحقيق الأهداف.

المادة السادسة: مواد عامة

التقويم الميلادي هو التقويم المعتمد بين الطرفين.

بموجب هذا العقد يعتبر العمل ومخرجاته والمعلومات المتحصلة من أعمال هذا العقد ضمن جميع مراحل المشروع من حقوق الطرف الأول ولا يحق للطرف الثاني أو غيره استعمالها أو الإفصاح عنها كاملة أو جزءاً منها لأي غرض.

يحق للطرف الأول وحده فسخ هذا العقد والرجوع على الطرف الثاني بأي أضرار أو خسائر في حال تقصير الطرف الثاني بتنفيذ التزاماته على الوجه المطلوب أو في حال تأخره في التنفيذ لمدة تزيد عن (....) يوماً عن المدة المتفق عليها.

في حال تبين للطرف الأول عدم كفاءة الطرف الثاني وضعف إمكانياته أو عدم صحة أي من المعلومات التي أدلى بها قبل توقيع العقد فإنه يحق له فسخ العقد.

أي نزاع ينشأ عن تفسير هذا العقد أو تنفيذه فيتم حله بين الطرفين بالطرق الودية خلال يوماً فإن لم يتم التوصل إلى حل ودي فيتم الفصل فيه بواسطة المحاكم الشرعية في المملكة العربية السعودية.

في حالة اختلاف النصوص يعتبر النص اللاحق تاريخياً والمتفق عليه خطياً بين الطرفين ناسخاً للنص السابق له.

تطبق الأنظمة واللوائح والقرارات المرعية والسارية في المملكة والمتعلقة بموضوعه السارية في كل ما لم يرد به نص في هذا العقد.



كيان الشباب

KAYAN ALSHABAB

✉ info@kyann.sa

🌐 www.kyann.sa

☎ 0590972333 | 📱 kyann_sa