

التصنيف: التسويق والاتصالات

جهة الموافقة: الرئيس

الجهة المسؤولة: مدير الاتصالات الرئيسي، مستشار الرئيس للشؤون العامة

الجهة المنفذة: التسويق والاتصالات

تاريخ بدء التنفيذ: أيار 2025

المراجعة: نيسان 2028

سياسة وإجراءات خدمات الإنتاج الإعلامي

1.0 الغرض

1.1 الغرض من هذه السياسة هو وضع معيار لجميع خدمات الإنتاج الإعلامي وكيفية توحيدها.

2.0 النطاق

2.1 تنطبق هذه السياسة على جميع أعضاء هيئة التدريس والموظفين.

3.0 التعاريف

- 3.1 الوحدات الأكاديمية والإدارية - تشير إلى الأقسام والمكاتب والكليات والمدارس والمراكز والكيانات الإدارية المختلفة داخل الجامعة والتي قد تتطلب خدمات الإنتاج الإعلامي لتلبية احتياجاتها في مجال الاتصالات والترويج.
- 3.2 خدمات الإنتاج الإعلامي - تشير إلى جميع أعمال التصوير الفوتوغرافي والفيديو والفنون الرسومية والإبداعات الرقمية والنتائج الإعلامية المتعددة.
- 3.3 الاستعانة بمصادر خارجية - عملية التعاقد مع الموردين أو البائعين الخارجيين لتلبية متطلبات الإنتاج الوسائط عندما لا يمكن تنفيذ المشروع بواسطة قسم التسويق والاتصالات أو وحدات الجامعة الأخرى.

4.0 السياسة

- 4.1 يكون قسم التسويق والاتصالات مسؤولاً عن جميع خدمات الإنتاج الإعلامي.
- 4.2 تشمل مسؤوليات قسم التسويق والاتصالات ما يأتي:
- تقييم جميع متطلبات خدمات الإنتاج الإعلامي.
 - التأكد من أن جميع المنتجات متوافقة مع إرشادات العلامة التجارية للجامعة الأمريكية في بغداد والأهداف الاستراتيجية للجامعة.
 - إدارة جميع خدمات الإنتاج الإعلامي وتقديمها بمجرد تقييمها والموافقة عليها.

5.0 الإجراءات

5.1 يشرف مدير التسويق والاتصالات على التخطيط وتنفيذ وتسليم مشاريع الإنتاج الإعلامي.

5.2 يجب على الوحدات الأكاديمية والإدارية التي تحتاج إلى خدمات الإنتاج الإعلامي تقديم طلب إلى قسم التسويق والاتصالات، توضح فيه المتطلبات المحددة للمشروع، بما في ذلك نوع الإنتاج الإعلامي المطلوب (التصوير الفوتوغرافي، والفنون الرسومية، والوسائط المتعددة، وما إلى ذلك)، والنتائج المرجوة، والجدول الزمني، والميزانية، وما إلى ذلك.

5.3 يقوم قسم التسويق والاتصالات بتقييم الطلب.

5.3.1 يقوم قسم التسويق والاتصالات بالنظر فيما إذا كان الطلب يتماشى مع استراتيجية الجامعة. إذا كان الأمر كذلك، فيمضي قدماً في المشروع ويقدم التكلفة المتوقعة والجدول الزمني للانتهاء.

5.3.2 إذا تعذر تلبية الطلب داخلياً، يقوم مدير التسويق والاتصالات بمراجعة الطلب وتقييم مبررات الاستعانة بمورد خارجي للعمل ويشعر في تأمين الموافقات.

5.4 يقوم قسم التسويق والاتصالات، بالتشاور مع مكتب الرئيس، لغرض إجراء مراجعات دورية لسياسة خدمات الإنتاج الإعلامي في الجامعة.

5.4.1 تهدف عملية المراجعة إلى تقييم فعالية السياسة وأهميتها وتوافقها مع الموارد والاحتياجات المتطورة والأهداف الاستراتيجية للجامعة.

5.4.2 يكون مكتب الرئيس مسؤولاً عن اقتراح التعديلات على السياسة، إذا لزم الأمر، والموافقة عليها.

5.4.3 يُبلّغ مجتمع الجامعة بالإصدارات المحدثة من السياسة، وتُعدل الإجراءات المقابلة على وفق ذلك.

السياسات والوثائق ذات الصلة

إرشادات العلامة التجارية للجامعة

إرشادات حقوق النشر

الخصوصية والسرية

الملكية الفكرية