



الخطة الإستراتيجية لكلية الإعلام للأعوام 2021 - 2025م

الفهرس

الرقم	المحتوى	الصفحة
.1	المقدمة	
.2	نبذة عن الكلية	
.3	أعضاء لجنة الخطة الإستراتيجية لكلية الإعلام للأعوام (2021-2025م)	
.4	منهجية إعداد الخطة الإستراتيجية	
.5	مرجعية الخطة الإستراتيجية، وأصحاب المصلحة	
.6	التحليل الرباعي للخطة الإستراتيجية SWOT	
.7	الرؤية والرسالة والقيم والأهداف لكلية الإعلام	
.8	التوجهات الإستراتيجية	
.9	الغايات الإستراتيجية	
.10	الأهداف الإستراتيجية	
.11	الإستراتيجيات (الغايات والأهداف الإستراتيجية والخيارات الإستراتيجية)	
.12	الإطار العام للخطة الإستراتيجية للأعوام 2021-2025م	

المقدمة

يعد التخطيط الإستراتيجي الركيزة الأساسية في تحسين المخرجات التعليمية والبحثية؛ لتكون منسجمة مع أولويات وزارة التعليم العالي وأهدافها، ومرتبطة مع حاجات المجتمع المحلي المتعددة، تسعى كلية الإعلام إلى إعداد الخطة الإستراتيجية لأعوامها الخمسة المقبلة، لتشكل منظومة استشرافية علمية، منسجمة مع غايات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ومتطلبات هيئة اعتماد مؤسسات التعليم العالي وضمان جودتها، وتوجهات جامعة الزرقاء الهادفة إلى التطوير والتحديث المستمرين في منظومتها التعليمية؛ للتوافق مع معايير الجودة بحقولها المتعددة، ولتواجه التحديات ذات الصبغة الرقمية التي يشهدها القطاع التعليمي اليوم، ولتتأغم المستجدات التعليمية المتسارعة في مستوياتها المحلية والإقليمية والدولية.

من هنا، أولت كلية الإعلام في إعداد خطتها الإستراتيجية الحالية للأعوام (2021-2025) أهمية قصوى للأقطاب المحورية الثلاثة التي تُعدُّ باكورة عمليتي التعليم والتعلم في صروح العلم الريادية، وهي: التعليم، والبحث العلمي، وخدمة المجتمع؛ من خلال تحسين المخرجات التعليمية لتتوافق مع الأهداف التطويرية للجامعة، وتعزيز البحث العلمي نوعياً في أبعاده النظرية والتطبيقية المنسجمة مع الأولويات البحثية الوطنية، والاندماج مع المجتمع المحلي بإشباع حاجاته المستجدة، وعلى ذلك تأتي الخطة الإستراتيجية مُحددة الغايات والأهداف، تبني استشرافها للمستقبل من حيث انتهت الخطة السابقة في أعوامها الخمسة المنقضية، بنحو منهجي علمي قابل للقياس والتقييم، تحوي مزية العمل الجماعي من جهة الإعداد، والمراجعة، والتقييم.

وراعت في إعدادها التغيرات المتسارعة للبيئتين الداخلية والخارجية، ومتوافقة بين القدرات المتاحة والأهداف التي تسعى لتحقيقها، وقد روعي في إعداد الخطة الإستراتيجية، ثمانى مرجعيات أساسية، فضلاً عن المشاركة الفاعلة لكافة أصحاب المصلحة في جميع مراحل الإعداد، في إطار تكريس منظومة العمل الجماعي والتشاركي. وحددت الخطة أربعة توجهات إستراتيجية هي: التعليم، والتعلم التنظيمي، والبحث العلمي، وخدمة المجتمع؛ لتحقيق تسع غايات إستراتيجية من خلال ثمانية عشر هدفاً إستراتيجياً، وسبعة وأربعين خياراً إستراتيجياً، يتم تطبيقها في إطار الخطط الإجرائية الدورية التي سيتم إعدادها في ضوء الخطة الإستراتيجية.

نبذة عن الكلية

تأسست كلية الإعلام في جامعة الزرقاء في الفصل الدراسي الثاني 2010-2011، كامتداد لقسم الصحافة والإعلام الذي أنشئ في بداية العام الدراسي 2010-2011، وجاء تحويل القسم إلى كلية منسجماً مع حاجات السوق الأردني والعربي، ومتطلباته للكفاءات الإعلامية المدربة والمواكبة للمستجدات العلمية والعملية في حقل الصحافة والإعلام.

تضم الكلية حالياً نحو (200) طالب وطالبة، إضافة إلى طلبة آخرين من مختلف تخصصات الجامعة، الذين يرغبون في صقل مهاراتهم الإعلامية والصحفية، وزيادة نهمهم الفكري. تستخدم اللغة العربية لغة رئيسية في التدريس، إضافة إلى عدد من المساقات التي تدرس باللغة الإنجليزية. وتطرح الكلية برنامجين لمرحلة البكالوريوس؛ الصحافة والإعلام الرقمي والإذاعة والتلفزيون، يمنحان درجة البكالوريوس في كل تخصص. وتضم كلية الإعلام قسمين لمرحلة البكالوريوس الأول قسم الصحافة والإعلام الرقمي والثاني قسم الإذاعة والتلفزيون.

قامت الكلية منذ تأسيسها بثلاث وظائف أساسية، جسدت كينونتها بين كليات الاعلام ، وهي: أولاً: التعليم وإكساب الطلبة المعارف والمهارات اللازمة لزيادة تحصيلهم الأكاديمي والمهني، وتنمية شخصياتهم تنمية من اجل الحصول على فرص عمل في السوق المحلية والاقليمية. ثانياً: البحث العلمي الذي يُعد عاملاً أساسياً في توليد المعارف وتحقيق التقدم العلمي، والتنمية المستدامة.

ثالثاً: خدمة المجتمع؛ إذ تقوم الكلية بدورها كونها قوة أساسية في تنمية المجتمع وتحديثه، وتقدم خدماتها إلى قطاعاته جميعها بانفتاحها على مؤسسات المجتمع المحلي وتقوية روابطها معها، وذلك من خلال عقدها المؤتمرات العلمية والثقافية، والندوات والورش العلمية وغيرها، فضلاً عن عقدها للدورات التدريبية في مجالات الاعلام المتعددة بالتعاون مع مؤسسات صحفية واعلامية على الصعيدين المحلي والاقليمي.

سجلت الكلية أيضاً إنجازات مهمة في المسابقات الاعلامية التي نظمتها مؤسسات محلية واقليمية حيث فاز عدد من طلبتها في مسابقات نظمت داخل الاردن وخارجه.

أعضاء لجنة الخطة الإستراتيجية لكلية الإعلام للأعوام 2021-2025م

بناءً على قرار عميد كلية الإعلام بتاريخ 3 / 3 / 2021م، والذي تضمن تشكيل لجنة الخطة الإستراتيجية لكلية الإعلام للأعوام 2021-2025م، وهم على النحو الآتي:

رئيساً	رئيس قسم الاذاعة والتلفزيون	د. عالية ادريس
عضواً	نائب عميد كلية الإعلام	د. تحسين شرادقة
عضواً	رئيس قسم الصحافة والإعلام الرقمي	د. عثمان الطاهات

منهجية إعداد الخطة الإستراتيجية

- اعتمدت لجنة الخطة الإستراتيجية التابعة لكلية الإعلام منهجية واضحة في إعداد الخطة الإستراتيجية للكلية للأعوام (2021-2025م)، والتي تضمنت الخطوات الآتية:
1. أعدت الخطة الإستراتيجية من قبل لجنة مختصة شكلها مجلس الكلية باسم لجنة الخطة الإستراتيجية لكلية الإعلام للأعوام (2021-2025م)، كما هو محدد سابقاً.
 2. عقدت لجنة الخطة الإستراتيجية التابعة لكلية الإعلام عدت جلسات موثقة في دعوات ومحاضر حسب الأصول، والتي أقرت جميع عناصر الخطة، وهي على النحو الآتي:
 - أ. تحديد مرجعيات الخطة الإستراتيجية.
 - ب. مراجعة الخطة الإستراتيجية السابقة.
 - ج. تحديد أصحاب المصلحة، واعتماد استبيانات الجامعة في التحليل الرباعي، وذلك بسبب انسجام نقاط القوة، ونقاط الضعف، والفرص، والتهديدات مع التحليل الرباعي للجامعة بنسبة كبيرة جداً.
 - د. استطلاع آراء أصحاب المصلحة في الرؤية والرسالة الحالية من خلال الاستبانة المعدة لهذا الغرض. وعرض نتائج تحليل الاستبانة على لجنة الخطة الإستراتيجية، واتفق أعضاء اللجنة على البقاء على الرؤية والرسالة وعلى القيم والأهداف لكلية الإعلام كما هي سابقاً؛ المنسجمة تماماً مع الخطة الإستراتيجية لكلية الإعلام وللجامعة للأعوام (2021-2025م).
 - هـ. تحديد التوجهات الإستراتيجية للكلية، من خلال الاسترشاد بمرجعيات الخطة، ونتائج مراجعة الخطة الإستراتيجية للسنوات السابقة، وفي ضوء نتائج التحليل الرباعي، والاسترشاد بخطة تحسين الأداء للتقرير الذاتي لكلية الإعلام.

- و. تحديد الغايات الإستراتيجية.
 - ز. تحديد الأهداف الإستراتيجية.
 - ح. صياغة الخيارات الإستراتيجية.
 - ط. وضع الإطار العام للخطة الإستراتيجية.
3. أقرت لجنة الخطة الإستراتيجية التابعة لكلية الإعلام الخطة وإحالتها إلى مجلس الكلية من أجل إجراء ما يلزم.
4. أحال مجلس الكلية الخطة الإستراتيجية إلى العديد من الخبراء؛ من أجل معرفة نقاط القوة والخلل في هذه الخطة قبل إقرارها من مجلس الكلية وإحالتها إلى الرئاسة لاعتمادها.

مرجعية الخطة الإستراتيجية وأصحاب المصلحة

مرجعية الخطة الإستراتيجية:

سعت كلية الإعلام إلى إيجاد التناغم بين خطتها الإستراتيجية والخطة الإستراتيجية للجامعة، وفي إطار ذلك اعتمد أعضاء لجنة إعداد الخطة الإستراتيجية المرجعيات التي اعتمدها لجنة التخطيط الإستراتيجي على مستوى الجامعة أثناء وضعها للخطة الإستراتيجية للجامعة، وهي على النحو الآتي:

- الورقة النقاشية السابعة لجلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين 15 نيسان 2017م، وكلمات جلالة الملك عبدالله الثاني وتوجيهاته الملكية، وتوجيهات سمو ولي العهد الأمير الحسين بن عبدالله الثاني بخصوص تحسين البنية التحتية لتعزيز المحتوى التعليمي عن بعد لطلبة الجامعات.
- الإطار الوطني للمؤهلات الأكاديمية.
- الإستراتيجية الوطنية لتنمية الموارد البشرية (2016-2025م).
- الأهداف الوطنية في البرنامج التنموي التنفيذي للمرحلة الأولى، والمنبثق من رؤية الأردن 2025م، والهدف رقم (7) والذي ينص على "بناء جيل قادر على الإبداع والابتكار ذي إنتاجية مرتفعة".
- توجهات البرنامج التنموي التنفيذي للمرحلة الأولى والمنبثق من رؤية الأردن 2025م، والتوجه رقم (7) والذي ينص على "التوسع في استغلال العلم والمعرفة وتشجيع المبدعين وترجمة مخرجات أعمالهم على مشروعات ذات قيمة مضافة للاقتصاد الوطني".
- الأهداف القطاعية لوزارة التربية والتعليم والواردة في البرنامج التنموي التنفيذي للمرحلة الأولى والمنبثق من رؤية الأردن 2025.

- الاسترشاد بالخطط الإستراتيجية لكليات الإعلام ، منها محلياً جامعة اليرموك ، وعربياً ، وعالمياً .
- مبادرات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي لأداء الدور المناط بها لتحقيق الرؤية والأهداف، ومبادرة "التحول نحو التعليم الرقمي لدعم تقدم الطالب والمعلم"، ومبادرة "تحويل التعليم إلى عملية تتمحور حول المتعلم وتنمية قدراته لمواجهة تحديات الحياة"، ومبادرة "العمل على تحسين البيئة التعليمية المحفزة للإبداع والابتكار" (وثيقة التحول الوطني 2020م).
- خطة العمل التنفيذية لإدماج التعلم الإلكتروني بشكليه: الإلكتروني الكامل، والمدمج في منظومة التعليم العالي (2021-2023م).

أصحاب المصلحة:

- لأجل ضمان واقعية الخطة الإستراتيجية لكلية الإعلام للأعوام (2021-2025م)، فقد استرشد بآراء أصحاب المصلحة، وهم:
- الطلبة.
 - الخريجون.
 - أولياء الأمور.
 - أعضاء الهيئتين التدريسية والإدارية.
 - وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.
 - هيئة اعتماد مؤسسات التعليم العالي.
 - وزارة التربية والتعليم.
 - مؤسسات المجتمع المحلي.

التحليل الرباعي للخطة الإستراتيجية (SWOT)

نقاط القوة (Strengths):

1. حصول كلية الإعلام على شهادة الأيزو.
2. الاهتمام بتطوير أنظمة التعليم غير التقليدية والتعليم الإلكتروني، والمدمج، والأنظمة المحوسبة الداعمة.
3. الاهتمام بالبحث العلمي النوعي من قبل أعضاء الهيئة التدريسية من خلال نشر الأبحاث في المجالات المرموقة والمصنفة عالمياً.
4. الاهتمام بالترقيات العلمية، مما زاد من أعداد حملة لقب أستاذ مشارك في كلية الإعلام

5. تنامي السمعة العلمية للكلية في ظل النتائج التي حققتها في بعض المجالات التنافسية العلمية، منها تحقيق الخريجين لنتائج متميزة في امتحانات الكفاءة لعدة سنوات.
6. توفر المختبرات في مجال الصحافة والإعلام الرقمي إضافة الى احتضان الجامعة لإذاعة "يقين" لتدريب طلبة الإذاعة والتلفزيون فيها .
7. توفر أعضاء هيئة تدريس أكفاء في مجال الصحافة والإعلام الرقمي والإذاعة والتلفزيون.
8. استقرار أعضاء هيئة التدريس في الكلية بحيث تسعى الكلية لتوفير عقود لمدة 3 سنوات. الأمر الذي وفر لهم فرص الاندماج والمشاركة بفاعلية في أنشطة الكلية والسعي لتحقيق أهدافها، والانتماء لها.
9. برنامج الابتعاث الذي تعتمده لتوفير أعضاء هيئة التدريس للتخصصات ذات الندرة حالياً التي تواكب سوق العمل.
- 10.نسبة قانونية لأعضاء هيئة التدريس والطلبة في أقسام الكلية كافة (1مدرس: 20 طالباً).
- 11.توفر طاقة استيعابية في الكلية وقابلة للزيادة حسب تعليمات هيئة اعتماد مؤسسات التعليم العالي.
- 12.الحرص على جودة الناتج التعليمي، من خلال تميز نوعية الخريجين، مما يسهم في تزايد الرضا، والثقة عند كثير من أرباب العمل بكفاءة خريجي الكلية.
- 13.وجود وحدة حاضنة الأعمال في جامعة الزرقاء، لتبني المشاريع الابتكارية والريادية الخارجية والداخلية.
- 14.اهتمام جامعة الزرقاء بالتعلم الإلكتروني سابقاً، وتطويره وزيادته أثناء جائحة كورونا في كل مفاصل الجامعة، وتدريب الطلبة وتسجيلهم، والتواصل معهم عبر موقع الجامعة الإلكتروني لكافة الكليات ودوائر الجامعة.
- 15.التعلم عن بعد أصبح خياراً استراتيجياً في تدريس الطلبة من خلال المنصات الإلكترونية، وإجراء الامتحانات في كافة مراحلها، مما قلل من الجهد والتكلفة المادية للطالب.
- 16.التعلم المدمج الذي يُعد أحد الخيارات لتدريس الطلبة.
- 17.تقديم مقترح باستحداث برنامج دراسات عليا في مجال الصحافة والإعلام الرقمي.

نقاط الضعف (Weaknesses):

1. تدني مستوى التحصيل العلمي لخريجي المرحلة الثانوية الذين يمثلون معظم مدخلات الكلية من الطلبة، والأمر نفسه في مختلف الجامعات الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية.
2. عدم توفر سياسة محددة لربط الخريجين بالكلية بعد التخرج.
3. عدم وجود البرامج الدولية التي تمنح درجات علمية مشتركة.

الفرص (Opportunities):

1. وجود وحدة المشاريع الخارجية التي وقعت الاتفاقيات والمشاريع الخارجية؛ مما أتاح للطلبة التواصل مع الجامعات الخارجية من خلال برنامج التبادل الطلابي.
2. برامج بكالوريوس في الكلية مازالت تحظى بالقبول في سوق العمل داخل الأردن وخارجه.
3. عدم وجود جامعات خاصة أخرى في محافظة الزرقاء، إضافة إلى انخفاض الرسوم الجامعية التنافسية مقارنة مع الجامعات الخاصة القريبة جغرافياً والمنافسة للجامعة.
4. وجود مشاريع المدن الإسكانية الضخمة بالقرب من الجامعة وحولها، بالإضافة إلى تطوير البنى التحتية للمنطقة وتحسينها تبعاً لذلك.
5. قرب الجامعة من تجمعات اللاجئين السوريين.
6. الاتفاقية التي عقدها الجامعة مع المفوضية الأوروبية والجامعة الألمانية وكلية القدس لتدريس الطلبة السوريين ضمن منح خاصة يقدمها لهم الاتحاد الأوروبي.

التحديات (Threats):

1. برنامج التعليم الموازي في الجامعات الحكومية الذي أدى إلى استقطاب عدد كبير من طلبة الجامعات الخاصة، وأن هناك جامعة حكومية قريبة استقطبت أعداداً كبيرة من الطلبة الذين كان يتوقع تسجيلهم في جامعة الزرقاء.
2. قبول الطلبة الذين تقل معدلاتهم عن 65% في برامج التعليم الموازي في بعض الجامعات الرسمية.
3. تناقص عدد الطلبة الخريجين من الثانوية العامة؛ نتيجة سياسة وزارة التربية والتعليم في التعامل مع امتحان ونتائج الثانوية العامة.
4. قلة فرص العمل في السوق المحلي.
5. عدم تفاعل جهات العمل مع التدريب.

الرؤية والرسالة والقيم والأهداف لكلية الإعلام

رؤية الكلية:

تتبع رؤية الكلية من ايمانها بأنها تشكل أحد أبرز المصادر التي ترفد المؤسسات الإعلامية بالخريجين القادرين على ممارسة العمل الإعلامي بمهنية وموضوعية عاليتين. ومن هنا جاءت الرؤية الشاملة لهذه الكلية بان تكون فاعلة في تخريج طلبة ذوي كفاءة علمية ومهنية، تمكنهم من مواكبة التطورات الإعلامية المتسارعة وتقديم برامج أكاديمية عالية المستوى تتسم بالحدثة، والارتقاء بخريجي الكلية إلى مستوى التميز والقدرة التنافسية العالية لرفد السوق المحلي والعربي بالكفاءات الاعلامية المميزة.

رسالة الكلية:

حمل رسالة العلم المقرونة بالعمل في مجالات الاعلام المتعددة لتلبية حاجات سوق العمل المحلي والعربي والدولي، وتاهيل كفاءات علمية تخدم سوق العمل والمجتمع.

القيم الجوهرية:

1. الجودة الشاملة
2. الإبداع والابتكار
3. تشجيع البحث العلمي
4. التعلم الذاتي والتعليم المستمر
5. الالتزام باخلاقيات المهنة الصحفية والاعلامية
6. المهنية في العمل
7. التفكير الناقد كأساس للإبداع
8. فهم التنوع الثقافي والديني واللغوي المحلي والإقليمي والعالمي
9. تبني تكنولوجيا الاتصال الحديثة

أهداف الكلية:

نطلق اهداف كلية الإعلام من الاهداف الرئيسية لجامعة الزرقاء والتي تركز على تعميق المعرفة والفكر لدى الطلبة، وحثهم على البحث العلمي وتحري الدقة بهدف خدمة المجتمع من خلال:

1. مواكبة التطور التقني المتعلق بأنظمة الإنتاج الإعلامي المقروء والمسموع والمرئي

2. مسايرة التطور العلمي في مجالات الإنتاج و التسويق الإعلامي

3. تدريب الطلبة على كيفية استخدام الأجهزة الفنية لتطوير مهاراتهم الإعلامية والفنية
4. توفير البيئة الايجابية المحفزة على الإبداع وتنمية القدرات الشخصية والمهارات
5. مساعدة الطلبة في الحصول على التدريب المناسب في المؤسسات الإعلامية المختلفة
6. نشر المعرفة وتعزيز التعاون البحثي العلمي مع المؤسسات العلمية المحلية والعربية والدولية

التوجهات الإستراتيجية

في ضوء المرجعيات السابقة، ونتائج التحليل الرباعي، بالإضافة إلى مراجعة الخطة الإستراتيجية للكلية للأعوام (2015-2020م) وتحديد الأهداف التي تحققت، والأهداف التي لم تتحقق، فقد حُددت التوجهات الإستراتيجية الآتية لكلية الإعلام ، وهي نفسها التي تبنتها الخطة الإستراتيجية لجامعة الزرقاء للأعوام (2021-2025م)، وهي على النحو الآتي:

1. التعلم التنظيمي
2. التعليم
3. البحث العلمي
4. خدمة المجتمع

الغايات الإستراتيجية

تجسيدا لرؤية الجامعة ورسالتها، وتماشياً مع قيمها فقد تم تحديد الغايات الإستراتيجية الآتية:

الغايات الإستراتيجية	
الأولى	التطوير المستمر لأعضاء هيئة التدريس في الكلية، والتميز في كل ما يقومون به من أعمال في مجالات التدريس والبحث العلمي، وخدمة المجتمع.
الثانية	تطوير إدارة الكلية لضمان قدرتها على إحداث التغيير، وتعزيز مستوى الأداء، وتطبيق الخطة الإستراتيجية للكلية.
الثالثة	تميز خريجي الكلية من حيث معارفهم ومهاراتهم، بما ينسجم مع التطورات المستمرة في مجال التكنولوجيا والعلوم، ومع احتياجات سوق العمل.
الرابعة	الارتقاء بمستوى البحث العلمي، وزيادة فاعليته، وربطه بحاجات الجامعة والمجتمع، مع التركيز على البحث العلمي التطبيقي الذي تتطلبه خطط التنمية الوطنية.

الخامسة	تحقيق مناخ دراسي وبيئة تدعم التميز العلمي لطلبة الكلية.
السادسة	تميز الكلية في أنشطتها المختلفة، في إطار متطلبات الاعتماد العام والخاص، والتميز محلياً وعربياً ودولياً.
السابعة	توفير الموارد اللازمة لإدارة أنشطة الكلية وديمومتها.
الثامنة	تطوير الموارد البشرية وتنميتها، بما يضمن تميزها في أداء أنشطة الجامعة، واستقرارها بالعمل في الجامعة.
التاسعة	الإسهام في خدمة المجتمع المحلي وتطويره.

الأهداف الإستراتيجية

ل للوصول إلى الغايات الإستراتيجية، فقد تم وضع الأهداف الإستراتيجية الآتية:

الغايات الإستراتيجية	الأهداف الإستراتيجية
الأولى	(1-1) استقطاب أعضاء هيئة التدريس ذوي الكفاءة، والحفاظ عليهم ضمن فريق العمل في الكلية.
	(2-1) تدريب وتأهيل أعضاء هيئة التدريس في الكلية في جميع المجالات التعليمية والبحثية والأنشطة الأكاديمية التي تسهم في تقدمهم الوظيفي.
	(3-1) النقيوم المستمر والشامل لكافة أنشطة عضو هيئة التدريس في الكلية التعليمية والبحثية وخدمة المجتمع.
	(4-1) المشاركة الفاعلة لأعضاء هيئة التدريس في الكلية في المؤتمرات وورشات العمل، وخدمة المجتمع.
الثانية	(1-2) توفير قيادة إدارية أكاديمية مكونة من العميد ونائبه ورؤساء الأقسام وتوفير موظفين إداريين متميزين بقدراتهم الإدارية والمهنية بما يؤمن تحقيق التطور والتميز في أنشطة الكلية المختلفة.
	(2-2) تجسيد ممارسات الإدارة الإستراتيجية من قبل قيادات الكلية، بما يؤمن تحقيق التطور والتميز في أنشطة الكلية المختلفة.
	(1-3) الارتقاء بالمستوى العلمي للخريج بما يجعله متميزاً محلياً وعربياً ومؤهلاً عالمياً.

<p>(2-3) تحقيق الموازنة والتفاعل بين احتياجات سوق العمل المحلي والعربي والبرامج الدراسية للكلية.</p>	<p>الثالثة</p>
<p>(3-3) مواكبة التطورات التكنولوجية في مجال التعليم العالي.</p>	
<p>(1-4) توفير متطلبات البحث العلمي المادية وغير المادية وتشجيع البحث العلمي في الكلية وتحفيزه.</p>	<p>الرابعة</p>
<p>(1-5) صقل شخصية الطالب وترسيخ المواطنة والممارسات الديمقراطية لديه، وتعزيز التفاعل بينه وبين المجتمع وتعزيز ثقته بالجامعة، وتنمية علاقته إيجابياً مع أعضاء الهيئة التدريسية والإدارية في الكلية.</p>	<p>الخامسة</p>
<p>(2-5) تطوير مرافق الكلية، وتحسين الخدمات المقدمة للطلبة في الجامعة.</p>	
<p>(1-6) الالتزام بنظام إدارة الجودة الشاملة في الجامعة وصولاً إلى إدارة التميز.</p>	
<p>(2-6) توفير متطلبات الاعتماد العام والخاص وبصورة مستمرة.</p>	<p>السادسة</p>
<p>(1-7) إعطاء الأهمية لتوفير الأموال الكافية لتسيير أنشطة وبرامج الكلية وفي الوقت المناسب.</p>	<p>السابعة</p>
<p>(2-7) تعزيز الطلب الكافي على خدمات الجامعة والبحث عن أسواق جديدة لها.</p>	
<p>(1-8) الارتقاء بمستوى التأهيل والكفاءة والخبرة للموارد البشرية في الكلية.</p>	<p>الثامنة</p>
<p>(1-9) الإسهام في التطوير الحضاري والاجتماعي والثقافي للمجتمع المحلي.</p>	<p>التاسعة</p>

الإستراتيجيات

وصولاً إلى الغايات الإستراتيجية ولتحقيق الأهداف الإستراتيجية المنشودة، تنبت الخيارات الإستراتيجية الآتية:

الغايات والأهداف والخيارات الإستراتيجية
الغاية الإستراتيجية 1: التطوير المستمر لأعضاء هيئة التدريس في الكلية، والتميز في كل ما يقومون به من أعمال في مجالات التدريس والبحث العلمي، وخدمة المجتمع.
الهدف الإستراتيجي 1-1: استقطاب أعضاء هيئة التدريس ذوي الكفاءة، والحفاظ عليهم ضمن فريق العمل في الكلية.
الإستراتيجية 1-1-1: استقطاب أعضاء هيئة التدريس المتميزين وتوفير عقود طويلة الأمد لهم، وتقديم الأجور والحوافز المالية التي تتناسب مع مستويات الكفاءة والتميز لديهم.
الإستراتيجية 1-1-2: تطبيق خطة للإيفاد لرفد الكلية بالكفاءات والمهارات والمؤهلات العلمية اللازمة.
الهدف الإستراتيجي 2-1: تدريب وتأهيل أعضاء هيئة التدريس في الكلية في جميع المجالات التعليمية والبحثية والأنشطة الأكاديمية التي تسهم في تقدمهم الوظيفي.
الإستراتيجية 1-2-1: رفع كفاءة أعضاء هيئة التدريس في الكلية من خلال التدريب والتطوير المستمرين.
الإستراتيجية 1-2-2: تطبيق اتفاقيات التبادل الأكاديمي، واتفاقيات التعاون في مجال التدريس والبحث العلمي مع المؤسسات الوطنية والدولية، فيما يخص الكلية.
الهدف الإستراتيجي 3-1: التقييم المستمر والشامل لكافة أنشطة عضو هيئة التدريس في الكلية التعليمية والبحثية وخدمة المجتمع.
الإستراتيجية 1-3-1: تطبيق معايير التقييم المتعلقة بأداء أعضاء هيئة التدريس في الكلية.
الإستراتيجية 1-3-2: قياس جميع عناصر الفاعلية التعليمية وتقويمها، وهي أعضاء هيئة التدريس، والطلاب والخريجين، والخطط الدراسية، والامتحانات، والتسهيلات الداعمة، والبحث العلمي والأنشطة العلمية، وخدمة المجتمع.
الهدف الإستراتيجي 4-1: المشاركة الفاعلة لأعضاء هيئة التدريس في الكلية في المؤتمرات وورشات العمل، وخدمة المجتمع.
الإستراتيجية 1-4-1: تشجيع مشاركة أعضاء هيئة التدريس في الكلية في المؤتمرات وورشات العمل والندوات محلياً ودولياً.

الإستراتيجية 1-4-2: توفير المستلزمات والأجهزة في الكلية، ودعم أنشطة خدمة المجتمع.
الغاية الإستراتيجية 2: تطوير إدارة الكلية لضمان قدرتها على إحداث التغيير، وتعزيز مستوى الأداء، وتطبيق الخطة الإستراتيجية للكلية.
الهدف الإستراتيجي 1-2: توفير قيادة إدارية أكاديمية مكونة من العميد ونائبه ورؤساء الأقسام وتوفير موظفين إداريين متميزين بقدراتهم الإدارية والمهنية بما يؤمن تحقيق التطور والتميز في أنشطة الكلية المختلفة.
الإستراتيجية 1-1-2: عقد دورات تدريبية في المهام والصفات الإدارية للإداريين جميعهم بمستوياتهم المختلفة في الكلية.
الإستراتيجية 2-1-2: إلزام القيادات الإدارية في الكلية بالمشاركة في البرامج التدريبية المتخصصة في الإدارة الإستراتيجية وصنع القرارات.
الهدف الإستراتيجي 2-2: تجسيد ممارسات الإدارة الإستراتيجية من قبل قيادات الكلية، بما يؤمن تحقيق التطور والتميز في أنشطة الكلية المختلفة.
الإستراتيجية 1-2-2: إلزام القيادات الإدارية في الكلية بالمشاركة الفعلية في إعداد الخطة الإستراتيجية للكلية.
الإستراتيجية 2-2-2: المتابعة الدورية لنسب الإنجاز وإعداد التقارير المناسبة.
الغاية الإستراتيجية 3: تميز خريجي الكلية من حيث معارفهم ومهاراتهم، بما ينسجم مع التطورات المستمرة في مجال التكنولوجيا والعلوم، ومع احتياجات سوق العمل.
الهدف الإستراتيجي 1-3: الارتقاء بالمستوى العلمي للخريج بما يجعله متميزاً محلياً وعربياً ومؤهلاً عالمياً.
الإستراتيجية 1-1-3: تصميم نظام متكامل للمقيمين الخارجيين لمتابعة محتوى المناهج الدراسية ومستوى تقديم المساقات في جميع التخصصات.
الإستراتيجية 3-1-2: معالجة ضعف طلبة الصحافة والاعلام الرقمي والاذاعة والتلفزيون في المجال اللغة العربية وبعض المهارات المهنية في مجال الإعلام .
الإستراتيجية 3-1-3: تبني أساليب جديدة في الاختبارات والتقييم؛ لإتاحة المزيد من التركيز على التقييم المستمر في الكلية.
الهدف الإستراتيجي 2-3: تحقيق الموازنة والتفاعل بين احتياجات سوق العمل المحلي والعربي والتخصصات والبرامج الدراسية للكلية.
الإستراتيجية 3-2-1: تثبيت مرجعية لجميع التخصصات الأكاديمية في الكلية.

<p>الإستراتيجية 3-2-2: توفير دورات تدريب على امتحانات المستوى الوطني أو TOFEL للطلبة خريجي الكلية.</p>
<p>الإستراتيجية 3-2-3: فتح تخصصات دراسية جديدة يتوفر الطلب المناسب عليها في سوق العمل المحلي بوجه خاص والإقليمي بوجه عام.</p>
<p>الإستراتيجية 3-2-4: تقليص الفجوة بين الجدارات والمهارات التي يتطلبها سوق العمل في الطالب الخريج.</p>
<p>الإستراتيجية 3-2-5: إعادة توصيف المقررات في ضوء المستجدات البحثية وخطط التنمية الوطنية في التخصصات التابعة للكلية.</p>
<p>الهدف الإستراتيجي 3-3: مواكبة التطورات التكنولوجية في مجال التعليم العالي.</p>
<p>الإستراتيجية 3-3-1: التوسع في التعلم والتعليم الإلكترونيين، واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في برامج مختلف تخصصات الكلية.</p>
<p>الإستراتيجية 3-3-2: تعزيز توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ووسائل التواصل الاجتماعي في التواصل مع طلبة خريجي الكلية ومع أرباب العمل.</p>
<p>الغاية الإستراتيجية 4: الارتقاء بمستوى البحث العلمي، وزيادة فاعليته، وربطه بحاجات الجامعة والمجتمع، مع التركيز على البحث العلمي التطبيقي الذي تتطلبه خطط التنمية الوطنية.</p>
<p>الهدف الإستراتيجي 4-1: توفير متطلبات البحث العلمي المادية وغير المادية وتشجيع البحث العلمي في الكلية وتحفيزه.</p>
<p>الإستراتيجية 4-1-1: دعم نشاط التسويق الناجح للملكية الفكرية من قبل الكلية على نحو يكفل الاستفادة القصوى للمجتمع في الوقت الذي توفر فيه مكافأة مالية كبيرة للمبدع والملكية الفكرية للجامعة.</p>
<p>الإستراتيجية 4-1-2: تشجيع البحث العلمي بين أعضاء الهيئة التدريسية في الكلية.</p>
<p>الإستراتيجية 4-1-3: زيادة الأبحاث العلمية المشتركة، خصوصاً على المستوى الدولي.</p>
<p>الإستراتيجية 4-1-4: السعي لجعل أبحاث الطلبة شريان الحياة لمساعي الكلية في أن تكون الرائدة في البحث العلمي.</p>
<p>الغاية الإستراتيجية 5: تحقيق مناخ دراسي وبيئة تدعم التميز العلمي لطلبة الكلية.</p>
<p>الهدف الإستراتيجي 5-1: صقل شخصية الطالب وترسيخ المواطنة والممارسات الديمقراطية لديه، وتعزيز التفاعل بينه وبين المجتمع، وتعزيز ثقته بالجامعة، وتنمية علاقته إيجابياً مع أعضاء الهيئة التدريسية والإدارية في الكلية.</p>

<p>الإستراتيجية 5-1-1: تحديد مستوى المؤشر العام لرضا طلبة الكلية عن جودة الفصل الدراسي والبيئة الاجتماعية السائدة في الحرم الجامعي.</p>
<p>الإستراتيجية 5-1-2: تعزيز سلوكية المواطنة التنظيمية وروح الولاء في نفوس طلبة الكلية.</p>
<p>الإستراتيجية 5-1-3: إعداد برنامج خاص بالرحلات الترفيهية للطلبة.</p>
<p>الإستراتيجية 5-1-4: توعية طلبة الكلية بضرورة المحافظة على ممتلكات الكلية.</p>
<p>الهدف الإستراتيجي 5-2: تطوير مرافق الكلية، وتحسين الخدمات المقدمة للطلبة في الجامعة.</p>
<p>الإستراتيجية 5-2-1: إعداد دراسات تتعلق بالصعوبات التي يواجهها طلبة الكلية في تكوين الصداقات والحصول على المشورة والمعلومات وفي التكيف مع الحياة الجامعية لمواجهة المشاكل الأكاديمية والشخصية.</p>
<p>الإستراتيجية 5-2-2: تشكيل فرق الرعاية والإرشاد care and guidance teams لمساعدة طلبة السنة الأولى في الكلية، تكون مهمتها الأساسية تقديم المقترحات إلى عمادة شؤون الطلبة والجهات ذات العلاقة.</p>
<p>الإستراتيجية 5-2-3: إعداد دراسة شاملة عن معدلات استمرارية الطلبة الذين التحقوا بالكلية، واستطلاع آراء المنقلبين إلى كليات أو جامعات أخرى.</p>
<p>الغاية الإستراتيجية 6: تميز الكلية في أنشطتها المختلفة، في إطار متطلبات الاعتماد العام والخاص، والتميز محلياً وعربياً ودولياً.</p>
<p>الهدف الإستراتيجي 6-1: الالتزام بنظام إدارة الجودة الشاملة في الجامعة وصولاً إلى إدارة التميز.</p>
<p>الإستراتيجية 6-1-1: تعزيز دور لجنة الخطة الإستراتيجية لإعداد الخطط التنفيذية للكلية وأقسامها ومتابعتها.</p>
<p>الإستراتيجية 6-1-2: إعداد خطط التحسين المستمر في الكلية وأقسامها.</p>
<p>الهدف الإستراتيجي 6-2: توفير متطلبات الاعتماد العام والخاص وبصورة مستمرة.</p>
<p>الإستراتيجية 6-2-1: المتابعة المستمرة لتوفير متطلبات الاعتماد العام بالتوقيت المناسب.</p>
<p>الإستراتيجية 6-2-2: المتابعة المستمرة بالتعاون مع الكلية والأقسام لتوفير متطلبات الاعتماد الخاص بالتوقيت المناسب قبل زيارة اللجان المختصة.</p>
<p>الإستراتيجية 6-2-3: التوسع في برامج التبادل الطلابي بين الكلية والكليات المناظرة في الجامعات المتميزة ضمن إطار مشروع التبادل الطلابي المشروط والمرتبط ببرامج محددة.</p>

<p>الغاية الإستراتيجية 7: توفير الموارد اللازمة لإدارة أنشطة الكلية وديمومتها.</p>
<p>الهدف الإستراتيجي 7-1: إعطاء الأهمية لتوفير الأموال الكافية لتسيير أنشطة وبرامج الكلية وفي الوقت المناسب.</p>
<p>الإستراتيجية 7-1-1: تعزيز التعاون مع حاضنة الأعمال في الجامعة؛ لتحويل الأبحاث الأولية إلى منتج أولي قابل للتسويق قبل مرحلة الإنتاج التجاري.</p>
<p>الإستراتيجية 7-1-2: الشروع باستحداث البرامج الدولية التي تمنح درجات علمية مشتركة.</p>
<p>الهدف الإستراتيجي 7-2: تعزيز الطلب الكافي على خدمات الجامعة والبحث عن أسواق جديدة لها.</p>
<p>الإستراتيجية 7-2-1: الاستمرار في أسلوب التعاقد مع الدوائر الحكومية وشركات القطاع الخاص؛ لتقديم دورات تدريبية متطورة.</p>
<p>الغاية الإستراتيجية 8: تطوير الموارد البشرية وتنميتها، بما يضمن تميزها في أداء أنشطة الجامعة، واستقرارها بالعمل في الجامعة.</p>
<p>الهدف الإستراتيجي 8-1: الارتقاء بمستوى التأهيل والكفاءة والخبرة للموارد البشرية في الكلية.</p>
<p>الإستراتيجية 8-1-1: تطبيق منهجية الاستقطاب، واختيار العناصر ذات الكفاءة والتميز للعمل في الكلية.</p>
<p>الإستراتيجية 8-1-2: وضع برامج للتدريب والتعليم المستمر، والمشاركة في المؤتمرات والدورات لتطوير قدرات ومهارات العاملين في الكلية.</p>
<p>الإستراتيجية 8-1-3: تشجيع أعضاء هيئة التدريس على تطبيق أساليب تعليم تسهم في تنمية مهارات البحث والابتكار والتعلم الذاتي لدى الطلبة .</p>
<p>الغاية الإستراتيجية 9 : الإسهام في خدمة المجتمع المحلي وتطويره.</p>
<p>الهدف الإستراتيجي 9-1: الإسهام في التطوير الحضاري والاجتماعي والثقافي للمجتمع المحلي.</p>
<p>الإستراتيجية 9-1-1: الاستفادة من الدراسات التي تجريها وحدة التطوير وضمان الجودة في الجامعة لمعرفة حاجات المجتمع من خدمات، ووضع أولويات تلبية هذه الحاجات في الجانب الأكاديمي.</p>
<p>الإستراتيجية 9-1-2: تطبيق اتفاقيات الشراكة مع المؤسسات والمنظمات ذات العلاقة بخدمة المجتمع المحلي.</p>
<p>الإستراتيجية 9-1-3 : تطبيق معايير قياس جودة خدمة المجتمع المحلي.</p>

الإطار العام للخطة الإستراتيجية للأعوام 2021-2025م

مؤشرات الأداء	مستلزمات التنفيذ	24	23	22	21	20	الجهة المسؤولة	الغايات والأهداف الإستراتيجية والخيارات الإستراتيجية
		/	/	/	/	/		
		25	24	23	22	21		
<p>الغاية الإستراتيجية 1: التطوير المستمر لأعضاء هيئة التدريس في الكلية، والتميز في كل ما يقومون به من أعمال في مجالات التدريس والبحث العلمي، وخدمة المجتمع.</p>								
<p>الهدف الإستراتيجي 1-1: استقطاب أعضاء هيئة التدريس ذوي الكفاءة، والحفاظ عليهم ضمن فريق العمل في الكلية.</p>								
عدد أعضاء هيئة التدريس الذين لديهم عقود لمدة تزيد عن سنة.	عقود عمل بمدد زمنية طويلة.	√	√	√	√	√	عميد الكلية، ونائبه ورؤساء الأقسام.	الإستراتيجية 1-1-1: استقطاب أعضاء هيئة التدريس المتميزين؛ وتوفير عقود طويلة الأمد لهم، وتقديم الأجور والحوافز المالية التي تتناسب مع مستويات الكفاءة والتميز لديهم.
عدد الموظفين.	إعداد خطة للإيفاد.	√	√	√			عميد الكلية، ونائبه ورؤساء الأقسام.	الإستراتيجية 1-1-2: تطبيق خطة للإيفاد لرفد

								الكلية بالكفاءات والمهارات والمؤهلات العلمية اللازمة.
الهدف الإستراتيجي 1-2: تدريب وتأهيل أعضاء هيئة التدريس في الكلية في جميع المجالات التعليمية والبحثية والأنشطة الأكاديمية التي تساهم في تقدمهم الوظيفي.								
عدد الدورات التي تم إنجازها، وعدد الورشات التي شارك بها أعضاء هيئة التدريس.	قائمة بالدورات المطلوب إعدادها والورشات وبرامج التدريبية والتي تضعها اللجنة العلمية.	√	√	√	√	√	اللجنة العلمية.	الإستراتيجية 1-2-1: رفع كفاءة أعضاء هيئة التدريس في الكلية من خلال التدريب والتطوير المستمرين.
عدد الإتفاقيات الموقعة من قبل الكلية. عدد الذين شاركوا في برامج التبادل الأكاديمي.	توفر اتفاقيات لتعاون والتبادل الأكاديمي التي تتوقعها الكلية.	√	√	√	√	√	عميد الكلية، ونائبه ورؤساء الأقسام.	الإستراتيجية 1-2-2: تطبيق اتفاقيات التبادل الأكاديمي، واتفاقيات تعاون في مجال التدريس والبحث العلمي مع المؤسسات الوطنية والدولية، فيما يخص الكلية.
الهدف الإستراتيجي 1-3: التقويم المستمر والشامل لكافة أنشطة عضو هيئة التدريس في الكلية التعليمية والبحثية وخدمة المجتمع.								
تقييم الطالب للمدرس، وتقييم الزميل للزميل، وتقييم رئيس القسم والعميد للمدرس.	المعايير التي تم إقرارها.	√	√	√	√	√	عميد الكلية، ونائبه ورؤساء الأقسام.	الإستراتيجية 1-3-1: تطبيق معايير التقييم المتعلقة بأداء أعضاء هيئة التدريس في الكلية.

عدد التقييمات وعدد العناصر الفاعلية التعليمية التي تم تقييمها.	إجراء التقييم لكافة الأطراف.	√	√	√	√	√	عميد الكلية، ونائبه ورؤساء الأقسام، واللجان: اللجنة العلمية، ولجنة شؤون الطلبة ومتابعة الخريجين، ولجنة الجدول الدراسي والامتحانات، ولجنة البحث العلمي.	الإستراتيجية 1-3-2: قياس جميع عناصر الفاعلية التعليمية وتقويمها، وهي أعضاء هيئة التدريس، والطلاب والخريجين، والخطط الدراسية، والامتحانات، والتسهيلات الداعمة، والبحث العلمي والأنشطة العلمية، وخدمة المجتمع.
الهدف الإستراتيجي 1-4: المشاركة الفاعلة لأعضاء هيئة التدريس في الكلية في المؤتمرات وورشات العمل، وخدمة المجتمع.								
عدد المشاركين من خلال إعداد إحصائية بالمشاركين. مبلغ الدعم المالي.		√	√	√	√	√	عميد الكلية، ونائبه، ورؤساء الأقسام، ولجنة البحث العلمي.	الإستراتيجية 1-4-1: تشجيع مشاركة أعضاء هيئة التدريس في الكلية في المؤتمرات وورش العمل والندوات محليا ودوليا.
قوائم الأجهزة المضافة. عدد أنشطة خدمة المجتمع.		√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ورؤساء الأقسام، ومجالس الأقسام.	الإستراتيجية 1-4-2: توفير المستلزمات والأجهزة في الكلية، ودعم أنشطة خدمة المجتمع.
الغاية الإستراتيجية 2: تطوير إدارة الكلية لضمان قدرتها على إحداث التغيير، وتعزيز مستوى الأداء، وتطبيق الخطة الإستراتيجية للكلية.								
الهدف الإستراتيجي 2-1: توفير قيادة إدارية أكاديمية مكونة من العميد ونائبه ورؤساء الأقسام وتوفير موظفين إداريين متميزين بقدراتهم الإدارية والمهنية بما يؤمن تحقيق التطور والتميز في أنشطة الكلية المختلفة.								
عدد الدورات التي تم إنجازها.	قائمة بالدورات المطلوب	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام.	الإستراتيجية 2-1-1: عقد دورات تدريبية في

	إعدادها وأسماء المدرسين والبرامج التدريبية.						ولجنة الاعتماد وضمان الجودة.	المهام والصفات الإدارية لإداريين جميعهم بمستوياتهم المختلفة في الكلية.
عدد القيادات الإدارية المشاركة في الدورات والورش.	قائمة البرامج التدريبية المطلوب الاشتراك فيها.	√	√	√	√	√	عميد الكلية، ونائبه ورؤساء الأقسام.	الإستراتيجية 2-1-2: إلزام القيادات الإدارية في الكلية بالمشاركة في البرامج التدريبية المتخصصة في الإدارة الإستراتيجية وصنع القرارات.
الهدف الإستراتيجي 2-2: تجسيد ممارسات الإدارة الإستراتيجية من قبل قيادات الكلية، بما يؤمن تحقيق التطور والتميز في أنشطة الكلية المختلفة.								
نسبة المشاركة في الاجتماعات.	قرارات تشكيل لجنة إعداد الخطة.					√	عميد الكلية، ونائبه، ورؤساء الأقسام.	الإستراتيجية 2-2-1: إلزام القيادات الإدارية في الكلية بالمشاركة الفعلية في إعداد الخطة الإستراتيجية للكلية.
نسب الإنجاز.	إعداد التقارير.	√	√	√	√	√	عميد الكلية، ونائبه ورؤساء الأقسام، ومجالس الأقسام. ولجنة الاعتماد وضمان الجودة، واللجان حسب الاختصاص.	الإستراتيجية 2-2-2: المتابعة الدورية لنسب الإنجاز وإعداد التقارير المناسبة.
الغاية الإستراتيجية 3: تميز خريجي الكلية من حيث معارفهم ومهاراتهم، بما ينسجم مع التطورات المستمرة في مجال التكنولوجيا والعلوم، ومع احتياجات سوق العمل.								
الهدف الإستراتيجي 3-1: الارتقاء بالمستوى العلمي للخريج بما يجعله متميزاً محلياً وعربياً ومؤهلاً عالمياً.								

نسبة تطبيق النظام.	تطبيق النظام.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام. ولجنة الاعتماد وضمان الجودة.	الإستراتيجية 3-1-1: تصميم نظام متكامل للمقيمين الخارجيين لمتابعة محتوى المناهج الدراسية، ومستوى تقديم المساقات في جميع التخصصات.
عدد البرامج بالدورات، وعدد الطلبة المشتركين.	قائمة بالدورات والبرامج التدريبية.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ورؤساء الأقسام، ومجالس الأقسام، واللجنة العلمية.	الإستراتيجية 3-1-2: معالجة ضعف طلبة الصحافة والإعلام الرقمي والإذاعة والتلفزيون في مجال اللغة العربية وبعض المهارات الفنية في مجال الإعلام
نسبة الإنجاز.	قائمة بالأساليب الجديدة المقترحة.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ونائب العميد، ورؤساء الأقسام، ومجالس الأقسام، ولجنة الجدول الدراسي والامتحانات.	الإستراتيجية 3-1-3: تبني أساليب جديدة في الاختبارات والتقييم لإتاحة المزيد من التركيز على التقييم المستمر في الكلية.
الهدف الإستراتيجي 3-2: تحقيق المواءمة والتفاعل بين احتياجات سوق العمل المحلي والعربي والتخصصات والبرامج الدراسية للكلية.								
عدد التخصصات التي لها مرجعية.	تحديد المرجعيات.				√	√	مجلس الكلية، ورؤساء الأقسام، ومجالس الأقسام، ولجنة استحداث البرامج الأكاديمية وتطويرها وإيقافها.	الإستراتيجية 3-2-1: تثبيت مرجعية لجميع التخصصات الأكاديمية في الكلية.
عدد الدورات وعدد الطلبة المشاركين.	قوائم بأسماء الدورات المطلوبة.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، واللجنة العلمية،	الإستراتيجية 3-2-2: توفير دورات تدريب على امتحانات المستوى الوطني

							ولجنة شؤون الطلبة ومتابعة الخريجين	أو TOFEL للطلبة خريجي الكلية.
عدد التخصصات التي تم فتحها.	تحديد التخصصات الجديدة المطلوبة.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، واللجنة العلمية، ولجنة شؤون الطلبة ومتابعة الخريجين	الإستراتيجية 3-2-3: فتح تخصصات دراسية جديدة يتوفر الطلب المناسب عليها في سوق العمل المحلي بوجه خاص والإقليمي بوجه عام.
عدد الدورات والورشات.	- عدد الفجوات على مستوى كل تخصص. - تشكيل فرق للإنجاز.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، واللجنة العلمية، ولجنة شؤون الطلبة ومتابعة الخريجين	الإستراتيجية 3-2-4: تقليص الفجوة بين الجدارات والمهارات التي يتطلبها سوق العمل في الطالب الخريج.
نسبة المقررات التي تم تحديثها.	قائمة بالمقررات الدراسية المراد إعادة توصيفها.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، ولجنة تحديث الخطة الدراسية.	الإستراتيجية 3-2-5: إعادة توصيف المقررات في ضوء المستجدات البحثية، وخطط التنمية الوطنية في التخصصات التابعة للكلية.
الهدف الإستراتيجي 3-3: مواكبة التطورات التكنولوجية في مجال التعليم العالي.								
نسبة عدد المساقات الإلكترونية إلى التقليدية.	تهيئة البنية التحتية.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، ولجنة الحوسبة وموقع الكلية والتعلم الإلكتروني.	الإستراتيجية 3-3-1: التوسع في التعلم والتعليم الإلكتروني، واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في برامج مختلف تخصصات الكلية.
عدد الطلبة وأرباب العمل الذين يمكن	إعداد قائمة بوسائل التواصل.	√	√	√	√	√	عميد الكلية، ونائبه، ورؤساء الأقسام، ولجنة	الإستراتيجية 3-3-2: تعزيز توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

التواصل معهم.							شؤون الطلبة ومتابعة الخريجين	وسائل التواصل الاجتماعي في التواصل مع الطلبة خريجي الكلية ومع أرباب العمل.
<p>الغاية الإستراتيجية 4: الارتقاء بمستوى البحث العلمي، وزيادة فاعليته، وربطه بحاجات الجامعة والمجتمع، مع التركيز على البحث العلمي التطبيقي الذي تتطلبه خطط التنمية الوطنية.</p>								
<p>الهدف الإستراتيجي 1-4: توفير متطلبات البحث العلمي المادية وغير المادية وتشجيع البحث العلمي في الكلية وتحفيزه.</p>								
عدد الأنشطة ذات العلاقة.	تحديد الأنشطة التسويقية.				√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، ولجنة البحث العلمي، واللجنة العلمية.	الإستراتيجية 1-4-1: دعم نشاط التسويق الناجح للملكية الفكرية من قبل الكلية على نحو يكفل الاستفادة القصوى للمجتمع في الوقت الذي توفر فيه مكافأة مالية كبيرة للمبدع والملكية الفكرية للجامعة.
نسبة البحوث الأساسية إلى البحوث التطبيقية.	إعداد النظام وتطوير البنية التحتية.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، ولجنة البحث العلمي، واللجنة العلمية.	الإستراتيجية 2-4-1: تشجيع البحث العلمي بين أعضاء الهيئة التدريسية في الكلية.
نسبة الزيادة الدولية إلى المحلية والإقليمية.	تطبيق تعليمات البحث العلمي والترقية المعدلة.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، ولجنة البحث العلمي، واللجنة العلمية.	الإستراتيجية 3-4-1: زيادة الأبحاث العلمية المشتركة، خصوصاً على المستوى الدولي.
عدد الأبحاث المنشورة.	تحديد مشاريع البحث العلمي.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، وقسم الصحافة والإعلام الرقمي والاذاعة والتلفزيون .	الإستراتيجية 4-4-1: السعي لجعل أبحاث طلاب الدراسات العليا شريان الحياة لمساعي الكلية في الحياة.

								أن تكون الرائدة في البحث العلمي.
الغاية الإستراتيجية 5: تحقيق مناخ دراسي وبيئة تدعم التميز العلمي لطلبة الكلية.								
الهدف الإستراتيجي 5-1: صقل شخصية الطالب، وترسيخ المواطنة والممارسات الديمقراطية لديه، وتعزيز التفاعل بينه وبين المجتمع، وتعزيز ثقته بالجامعة، وتنمية علاقته إيجابياً مع أعضاء الهيئة التدريسية والإدارية في الكلية.								
نتائج الاستبانة.	بناء الاستبانات.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، ولجنة شؤون الطلبة ومتابعة الخريجين.	الإستراتيجية 5-1-1: تحديد مستوى المؤشر العام لرضا طلبة الكلية عن جودة الفصل الدراسي، والبيئة الاجتماعية السائدة في الحرم الجامعي.
عدد الدورات. عدد ورش العمل. عدد المحاضرات.	إعداد الدورات وورشات العمل.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، وأعضاء الهيئة التدريسية، ولجنة شؤون الطلبة ومتابعة الخريجين	الإستراتيجية 5-1-2: تعزيز سلوكية المواطنة التنظيمية، وروح الولاء في نفوس طلبة الكلية.
عدد الرحلات.	قائمة بالرحلات الترفيهية.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، واللجنة الاجتماعية.	الإستراتيجية 5-1-3: إعداد برنامج خاص بالرحلات الترفيهية للطلبة.
عدد اللقاءات، وعدد التعاميم.	لقاءات التوعية والتعاميم.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، وأعضاء الهيئة التدريسية، ولجنة شؤون الطلبة ومتابعة الخريجين	الإستراتيجية 5-1-4: توعية طلبة الكلية بضرورة المحافظة على ممتلكات الكلية.
الهدف الإستراتيجي 5-2: تطوير مرافق الكلية وتحسين الخدمات المقدمة للطلبة في الجامعة.								
عدد الدراسات.	إعداد قائمة بالدراسات المطلوبة.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، ومسؤول الإرشاد	الإستراتيجية 5-2-1: إعداد دراسات تتعلق بالصعوبات التي يواجهها

							النفسي والاجتماعي لطلبة كلية الإعلام .	طلبة الكلية في تكوين الصداقات, والحصول على المشورة والمعلومات في التكيف مع الحياة الجامعية لمواجهة المشاكل الأكاديمية والشخصية.
عدد المقترحات المقدمة. عدد الفرق المشكلة. عدد الطالبة المشاركين.	آلية إعداد الفرق وتشكيلها، وتوضيح مهامها وتحديد المشرفين.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، ومسؤول الإرشاد النفسي والاجتماعي لطلبة الكلية .	الإستراتيجية 2-2-5: تشكيل فرق الرعاية والإرشاد care and guidance teams لمساعدة طلبة السنة الأولى في الكلية تكون مهمتها الأساسية تقديم المقترحات إلى عمادة شؤون الطلبة والجهات ذات العلاقة.
نسبة البقاء في الكلية.	إعداد الدراسة.	√		√		√	عميد الكلية، ونائبه، ورؤساء الأقسام، ومجالس الأقسام، ولجنة المستجدين والمنذرين، وبراءة الذمة.	الإستراتيجية 3-2-5: إعداد دراسة شاملة عن معدلات استمرارية الطلبة الذين التحقوا بالكلية، واستطلاع آراء المنتقلين إلى كليات أو جامعات أخرى.
الغاية الإستراتيجية 6: تميز الكلية في أنشطتها المختلفة، في إطار متطلبات الاعتماد العام والخاص، والتميز محلياً وعربياً ودولياً.								
الهدف الإستراتيجي 6-1: الالتزام بنظام إدارة الجودة الشاملة في الجامعة وصولاً إلى إدارة التميز.								
عدد الخطط التنفيذية للكلية وأقسامها.	إعداد الخطط التنفيذية للكلية وأقسامها.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، ولجنة الخطة الإستراتيجية.	الإستراتيجية 1-1-6: تعزيز دور لجنة الخطة الإستراتيجية؛ لإعداد الخطط التنفيذية للكلية وأقسامها ومتابعتها.

عدد الفرق المشكلة.	إعداد آلية تشكيل الفرق, وتحديد المهام ومسؤوليات الفرق.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، ولجنة الاعتماد وضمان الجودة، ولجان الجودة في الأقسام.	الإستراتيجية 6-1-2: إعداد خطط التحسين المستمر في الكلية وأقسامها.
الهدف الإستراتيجي 6-2 : توفير متطلبات الاعتماد العام والخاص وبصورة مستمرة.								
توفر المتطلبات.	إعداد قائمة بالمتابعات.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، ولجنة الاعتماد وضمان الجودة، ولجان الجودة في الأقسام.	الإستراتيجية 6-2-1: المتابعة المستمرة لتوفير متطلبات الاعتماد العام بالتوقيت المناسب.
توفر المتطلبات.	إعداد قائمة بالمتابعات.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، ولجنة الاعتماد وضمان الجودة، ولجان الجودة في الأقسام.	الإستراتيجية 6-2-2: المتابعة المستمرة بالتعاون مع الكلية والأقسام لتوفير متطلبات الاعتماد الخاص بالتوقيت المناسب قبل زيارة اللجان المختصة.
أعداد الطلبة المشاركين.	إعداد قائمة بالبرامج.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، واللجنة العلمية.	الإستراتيجية 6-2-3: التوسع في برامج التبادل الطلابي بين الكلية والكليات المناظرة في الجامعات المتميزة ضمن إطار مشروع التبادل الطلابي المشروط والمرتبب ببرامج محددة.
الغاية الإستراتيجية 7 : توفير الموارد اللازمة لإدارة أنشطة الكلية وديمومتها.								
الهدف الإستراتيجي 7-1: إعطاء الأهمية لتوفير الأموال الكافية لتسيير أنشطة وبرامج الكلية وفي الوقت المناسب.								

عدد الأبحاث التي تم تحويلها.	قائمة بالأبحاث المطلوب تحويلها.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، واللجنة العلمية، ولجنة البحث العلمي.	الإستراتيجية 1-1-7: تعزيز التعاون مع حاضنة الأعمال في الجامعة لتحويل الأبحاث الأولية إلى منتج أولي قابل للتسويق قبل مرحلة الإنتاج التجاري.
عدد البرامج التي يتم تنفيذها.	قائمة بالبرامج الدولية.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، واللجنة العلمية، ولجنة الدراسات العليا، ولجنة استحداث البرامج الأكاديمية وتطويرها وإيقافها.	الإستراتيجية 2-1-7: الشروع باستحداث البرامج الدولية التي تمنح درجات علمية مشتركة.
الهدف الإستراتيجي 2-7: تعزيز الطالب الكافي على خدمات الجامعة والبحث عن أسواق جديدة لها.								
عدد العقود وعدد الدورات المنجزة.	قائمة بالعقود والاتفاقيات وقائمة بالدورات التدريبية.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، واللجنة العلمية.	الإستراتيجية 1-2-7: الاستمرار في أسلوب التعاقد مع الدوائر الحكومية وشركات القطاع الخاص لتقديم دورات تدريبية متطورة.
الغاية الإستراتيجية 8: تطوير الموارد البشرية وتنميتها، بما يضمن تميزها في أداء أنشطة الجامعة، واستقرارها بالعمل في الجامعة.								
الهدف الإستراتيجي 1-8: الارتقاء بمستوى التأهيل والكفاءة والخبرة للموارد البشرية في الكلية.								
عدد الأنشطة المنبثقة عن المنهجية.	وضع المنهجية وصياغتها.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، واللجنة العلمية.	الإستراتيجية 1-1-8: تطبيق منهجية الاستقطاب واختيار العناصر ذات الكفاءة والتميز للعمل في الكلية.

عدد المتدربين من العاملين. عدد البرامج وعدد الدورات.	قائمة بالبرامج التدريبية، وقائمة بالمشاركات وقائمة بالدورات.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، واللجنة العلمية، ولجنة البحث العلمي.	الإستراتيجية 8-1-2: وضع برامج للتدريب والتعليم المستمر والمشاركة في المؤتمرات والدورات لتطوير قدرات ومهارات العاملين في الكلية.
عدد أعضاء الهيئة التدريسية الذين استخدموا أساليب جديدة، وعدد الأساليب.	قائمة بالأساليب الجديدة المقترحة.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، واللجنة العلمية، ولجنة البحث العلمي.	الإستراتيجية 8-1-3: تشجيع أعضاء هيئة التدريس على تطبيق أساليب تعليم تسهم في تنمية مهارات البحث والابتكار والتعلم الذاتي لدى الطلبة .
الغاية الإستراتيجية 9 : الإسهام في خدمة المجتمع المحلي وتطويره.								
الهدف الإستراتيجي 9-1: الإسهام في التطوير الحضاري والاجتماعي والثقافي للمجتمع المحلي.								
عدد الدراسات ونسبة الإنجاز.	تكليف اللجنة العلمية، ولجنة شؤون الطلبة ومتابعة الخريجين، ولجنة خدمة المجتمع لمتابعة تلك الدراسات وحصرها.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، ولجنة تحديث الخطة الدراسية، ولجنة خدمة المجتمع.	الإستراتيجية 9-1-1: الاستفادة من الدراسات التي تجريها وحدة التطوير وضمان الجودة في الجامعة لمعرفة حاجات المجتمع من خدمات ووضع أولويات تلبية هذه الحاجات في الجانب الأكاديمي.
عدد الاتفاقيات ونسبة التنفيذ.	قائمة بالاتفاقيات.	√	√	√	√	√	مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، ولجنة شؤون الطلبة ومتابعة	الإستراتيجية 9-1-2: تطبيق اتفاقيات الشراكة مع المؤسسات والمنظمات ذات العلاقة بخدمة المجتمع المحلي.

							الخريجين، ولجنة خدمة المجتمع.	
نسب التطبيق والقياس.	تحديد المعايير.				√		مجلس الكلية، ومجالس الأقسام، ولجنة خدمة المجتمع، ولجنة الاعتماد وضمان الجودة.	الإستراتيجية 3-1-9: تطبيق معايير قياس جودة خدمة المجتمع المحلي.