وزارة التربية والتعليم		إجراء جودة
رقم الوثيقة: WI 66-3	إصدار : 1/1	موافقة معالي وزير التربية والتعليم:
التاريخ: 2026/4/2	صفحة: 5/1	اعتماد مدير الإعلام
العنوان: ضبط العمليات في قسم الإعلام الرقمي		اعتماد ممثل الجودة: 26/4

1. المجال(Scope)

يهدف هذا الإجراء إلى ضبط وإدارة عمليات الإعلام الرقمي في وزارة التربية والتعليم، بما يضمن إنتاج ونشر محتوى رقمي دقيق وموثوق وتفاعلي، يعكس سياسات الوزارة ويحقق رضا الجمهور.

2. المراجع المعيارية (Normative References)

- ISO 9001:2015 – نظم إدارة الجودة
- ISO 9000:2015 – المصطلحات والتعاريف
- قانون التربية والتعليم
- قانون ضمان الحق في الحصول على المعلومات
- قانون الجرائم الإلكترونية
- سياسة أمن وحماية المعلومات الحكومية
- دليل الهوية البصرية الموحد للحكومة الأردنية
- مدونة السلوك الوظيفي

3. المصطلحات

- **المحتوى الرقمي :** مواد إعلامية منشورة عبر المنصات الرقمية (نصوص، صور، فيديو).
- **الهوية البصرية :** المعايير المعتمدة لتصميم محتوى الوزارة.
- **المعلومات الموثقة :** جميع السجلات والتقارير المرتبطة بالعملية.

4. طبيعة عمل القسم ومتطلبات العمل

4-1 طبيعة عمل القسم

يعمل قسم الإعلام الرقمي ضمن وزارة التربية والتعليم على إدارة وتطوير المحتوى الإعلامي الرقمي عبر المنصات الرسمية، لضمان إيصال الرسائل التربوية والتعليمية بدقة ووضوح وبأسلوب تفاعلي مناسب لجميع فئات المجتمع.

كما يواكب القسم التطورات الرقمية ويعمل ضمن بيئة تتسم بسرعة تداول المعلومات وحساسية المحتوى المرتبط بالسياسات والقرارات التربوية.

4-2 متطلبات العمل

لضمان تنفيذ المهام بكفاءة، يعتمد القسم على:

- توفر معلومات دقيقة وحديثة من الجهات المعنية داخل الوزارة
- الالتزام بسياسات النشر والهوية البصرية المعتمدة
- سرعة الاستجابة لمتطلبات النشر والتفاعل مع الجمهور
- استخدام أدوات وتقنيات حديثة لإنتاج المحتوى الرقمي
- التنسيق المستمر مع الجهات المعنية داخل وخارج الوزارة

4-3 الأطراف ذات العلاقة

يشمل التعامل مع:

- الجمهور العام (طلبة، أولياء أمور، معلمون، وسائل الإعلام، المجتمع المحلي)
- الإدارة العليا في الوزارة
- إدارت مركز الوزارة والاقسام التابعه لها
- المديريات والأقسام المختلفة
- المؤسسات الشريكة ووسائل الإعلام

ويتم مراعاة احتياجات هذه الأطراف من حيث دقة المعلومات، وسرعة الوصول، ووضوح الرسائل الإعلامية.

5. القيادة(Leadership)

5-1 الالتزام

يلتزم رئيس القسم بـ:

- تطبيق نظام الجودة
- متابعة الأداء
- دعم التحسين المستمر

5-2 الأدوار والمسؤوليات

المسمى الوظيفي	المسؤوليات
رئيس القسم	التخطيط، الإشراف، اعتماد المحتوى، تقييم الأداء
موظفو القسم	تنفيذ الأعمال الإعلامية حسب المهام المكلفين بها
مصمم جرافيك	إنتاج التصاميم
مونتير / محرر فيديو	إنتاج وتحرير الفيديوهات والمواد المرئية

6. التخطيط(Planning)

6-1 المخاطر والفرص

الخطر	الإجراء
نشر معلومات خاطئة	مراجعة متعددة قبل النشر
اختراق الحسابات	تطبيق إجراءات أمنية
تأخر النشر	جدولة مسبقة

الفرصة	الإجراء
زيادة التفاعل	تحسين المحتوى
شراكات رقمية	التعاون مع جهات إعلامية

6-2 أهداف الجودة

- الالتزام بنسبة 95% من جدول النشر
- تقليل الأخطاء إلى أقل من 1%
- زيادة التفاعل بنسبة سنوية

7. الدعم(Support)

7-1 الموارد

- أجهزة حاسوب ،إنترنت متنقل.أدوات الإعلام الرقمي.
- كاميرا
- منصات إدارة المحتوى

7-2 الكفاءة

تدريب الموظفين على:

- التصميم
- كتابة المحتوى الرقمي
- إدارة المنصات

7-3 المعلومات الموثقة

تشمل:

- الخطة السنوية
- تقارير الأداء
- أرشيف المحتوى

8. التشغيل(Operation)

8-1 خريطة العملية (Process Map)

مدخلات ← استلام المعلومات ← إعداد المحتوى ← مراجعة وتدقيق ← اعتماد

← نشر ← متابعة التفاعل ← تحليل الأداء ←تحسين مستمر

8-2 وصف العملية التشغيلية

المدخلات:

- قرارات وتعليمات الوزارة
- معلومات من المديريات
- مواد إعلامية

خطوات التنفيذ:

1. استلام المعلومات من الجهات المعنية
2. تحويلها إلى محتوى رقمي (نصوص، تصاميم، فيديو)
3. مراجعة المحتوى (لغوي + فني + هوية بصرية)
4. اعتماد المحتوى من رئيس القسم
5. جدولة ونشر المحتوى
6. متابعة التفاعل والرد على الجمهور
7. تحويل الاستفسارات للجهات المختصة
8. تحليل الأداء وإعداد التقارير
9. أرشفة المحتوى إلكترونيًا

المخرجات:

- محتوى منشور
- حملات رقمية
- تقارير تحليل
- أرشيف رقمي

9. تقييم الأداء(Performance Evaluation)

9-1 مؤشرات الأداء

الفئة	المؤشرات	الوصف / التعريف
التشغيلية	زمن تنفيذ الطلب	الوقت المستغرق من استلام الطلب حتى إنجاز النشر
	الالتزام بالجدول	نسبة تنفيذ المهام حسب الخطة الزمنية المحددة
الجودة	دقة المحتوى	مدى مطابقة المحتوى للمعايير والهوية البصرية
	عدد الأخطاء	عدد الأخطاء اللغوية أو الفنية بعد النشر
التفاعل	(الوصول) Reach	عدد المستخدمين الذين شاهدوا المحتوى
	(التفاعل) Engagement	عدد الإعجابات، التعليقات، والمشاركات
	معدل النقر على) CTR (الروابط	نسبة النقر على الروابط ضمن المحتوى المنشور
الأثر	نمو المتابعين	نسبة زيادة المتابعين على المنصات الرقمية
	نجاح الحملات	مدى تحقيق أهداف الحملة (مثل التسجيل، الحضور، التفاعل)

9-2 التدقيق الداخلي

- مراجعات دورية
- اجتماعات تقييم

9-3 مراجعة الإدارة

- تقارير دورية للإدارة العليا
- اتخاذ قرارات تحسين

10. التحسين(Improvement)

10-1 عدم المطابقة

- تصحيح الخطأ فورًا
- تحليل السبب الجذري

10-2 التحسين المستمر

- تطوير المحتوى
- تحسين تجربة المستخدم
- تعزيز الشراكات الرقمية