

الخطة الاستراتيجية "تأثير" كلية الاتصال والإعلام

2024 - 2030 م

تحديث عام 2026





24



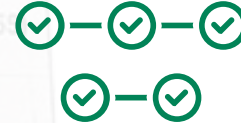
هدف فرعي

6



أهداف استراتيجية

6



محاو



38



مؤشر أداء

38



مستهدف

مسار التعليم والتعلم

الوزن النسبي	الهدف الفرعي	م	الوزن النسبي	الهدف الاستراتيجي	م
30%	حصول برامج الكلية على الاعتماد الأكاديمي	1	30%	زيادة القدرة التنافسية للخريج في سوق العمل	1
20%	تطوير وتحديث المقررات الدراسية وفقاً لمتطلبات سوق العمل	2			
10%	رفع نسبة التحاق الطلاب ببرامج معتمدة على المهارات	3			
15%	زيادة عدد مشاريع الطلاب المعروضة لسوق العمل	4			
10%	زيادة عدد مشاركة الطلاب في الأنشطة والمسابقات	5			
15%	عقد شراكات نوعية مع قطاعات إعلامية	6			

مسار البحث العلمي

الوزن النسبي	الهدف الفرعي	م	الوزن النسبي	الهدف الاستراتيجي	م
20%	استحداث وتطوير برامج نوعية في الاتصال والإعلام	1	30%	رفع كفاءة وفاعلية البحث العلمي	2
10%	تعزيز الطاقة الاستيعابية لبرامج الدراسات العليا	2			
30%	التميز في النشر العلمي	3			
5%	تعاون بحثي مع جامعات عالمية متميزة	4			
20%	تعزيز الريادة في مجالات الاتصال والإعلام من خلال تنظيم فعاليات بحثية	5			

مسار البحث العلمي

الوزن النسبي	الهدف الفرعي	م	الوزن النسبي	الهدف الاستراتيجي	م
10%	إدراج مجلة الاتصال والإعلام في قواعد البيانات المرموقة	6	30%	رفع كفاءة وفاعلية البحث العلمي	2
5%	تحفيز الأساتذة على الحصول على بدل التميز البحثي	7			

مسار المسؤولية المجتمعية والسمعة والمكانة

الوزن النسبي	الهدف الفرعي	م	الوزن النسبي	الهدف الاستراتيجي	م
60%	رفع المشاركة في الأنشطة التطوعية	1	5%	بناء شراكات مجتمعية فاعلة	3
40%	رفع المشاركات المجتمعية والوطنية	2			
80%	رفع حضور الكلية في المناسبات الاتصالية والإعلامية	1	10%	تعزيز الصورة المؤسسية للكلية	4
20%	رفع أعداد قبول الطلبة المقيمين والدوليين	2			

مسار القدرة الإدارية

الوزن النسبي	الهدف الفرعي	م	الوزن النسبي	الهدف الاستراتيجي	م
30%	زيادة الحاصلين على الشهادات المهنية والبرامج التطويرية من أعضاء هيئة التدريس	1	10%	تطوير الأداء وتعزيز الإنتاجية	5
20%	رفع عدد الدورات التدريبية المقدمة للإداريين والفنيين من الكلية	2			
30%	الحصول على شهادة الأيزو 9001-2015 وتجديدها	3			
20%	تحسين الإنتاجية باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي	4			

مسار الإستدامة المالية

الوزن النسبي	الهدف الفرعي	م	الوزن النسبي	الهدف الاستراتيجي	م
50%	استحداث برامج تعليمية مدفوعة تلبى احتياجات سوق العمل	1	15%	زيادة روافد التمويل الذاتي	6
25%	دخول منافسات إعلامية	2			
25%	استقطاب الرعايات والخدمات الداعمة	3			

الخطة التنفيذية لكلية الاتصال والإعلام

1

30%

الوزن
النسبي

زيادة القدرة التنافسية للخريج في سوق العمل

الهدف الاستراتيجي

التعليم
والتعلم

المحور

جهة التنفيذ	المسؤولة الجهة	2030	2029	2028	2027	2026	2025	2024	قياس المؤشر	وصف المؤشر	المؤشر	المستهدف	الهدف الاستراتيجي الفرعي
وحدة التطوير والجودة	عميد الكلية	5	5	5	5	5	5	2	كل سنتين	عدد 3 برنامج معتمد حتى تحقيق اعتماد جميع البرامج	عدد البرامج التعليمية الحاصلة على الاعتماد الأكاديمي الوطني	حصول الكلية على الاعتماد الوطني	1 حصول برامج الكلية على الاعتماد الأكاديمي
الأقسام العلمية	وكيلة شؤون التعليمية	64	60	48	36	24	12	0	سنوياً	عدد 3 مقرر لكل قسم من إجمالي 64	عدد المقررات الدراسية التي تم تحديثها	تطوير وتحديث مقررات البرامج	1 تطوير وتحديث المقررات الدراسية وفقاً لمتطلبات سوق العمل
الأقسام العلمية	وكيل الكلية للدراسات العليا	48	40	32	24	16	8	0	نصفي سنوي	عدد 1 مقرر لكل قسم من إجمالي 64	عدد المقررات باللغة الإنجليزية لكل قسم	تحديث مقررات باللغة الإنجليزية	2

*جميع مؤشرات الخطة تُقاس بصورة تراكمية ابتداءً من خط الأساس لعام 2024، ما لم يُذكر خلاف ذلك

الخطة التنفيذية لكلية الاتصال والإعلام

1

30%

الوزن
النسبي

زيادة القدرة التنافسية للخريج في سوق العمل

الهدف الاستراتيجي

التعليم
والتعلم

المحور

جهة التنفيذ	المسؤولة الجهة	2030	2029	2028	2027	2026	2025	2024	قياس المؤشر	وصف المؤشر	المؤشر	المستهدف	الهدف الاستراتيجي الفرعي
الأقسام العلمية	وكيلة / شؤون التعليمية	560	480	400	320	240	160	80	سنوياً	عدد 80 طالب	عدد الطلبة الحاصلين على شهادات	زيادة عدد الحاصلين على الشهادات المهنية	رفع نسبة التحاق الطلاب ببرامج معتمدة على المهارات
الأقسام العلمية	وكيلة / شؤون التعليمية	450	375	300	225	150	75	0	سنوياً	عدد 75 مشروع	عدد المشاريع في اليوم الإعلامي	زيادة عدد المشاريع المشاركة في اليوم الإعلامي	زيادة عدد مشاريع الطلاب المعروضة لسوق العمل
الأقسام العلمية	عميد الكلية	400	340	280	220	160	100	40	سنوياً	عدد 60 فيلم	عدد الأفلام في مهرجان الأفلام	زيادة عدد الأفلام المشاركة في مهرجان الأفلام السينمائية الطلابي	

الخطة التنفيذية لكلية الاتصال والإعلام

1

30%

الوزن
النسبي

زيادة القدرة التنافسية للخريج في سوق العمل

الهدف الاستراتيجي

التعليم
والتعلم

المحور

جهة التنفيذ	المسؤولة	2030	2029	2028	2027	2026	2025	2024	قياسي المؤشر	وصف المؤشر	المؤشر	المستهدف	الهدف الاستراتيجي الفرعي	
وحدة الأنشطة الطلابية	وكيلة / شؤون تعليمية	35%	30%	25%	20%	15%	10%	5%	نصف سنوي	عدد المشاركين في المنافسات / والمسابقات/ إجمالي عدد المشاركين	نسبة الطلبة المشاركين في المنافسات والمسابقات	معدل الطلبة المشاركين في المنافسات والمسابقات	1	زيادة عدد مشاركة الطلاب في الأنشطة والمسابقات
وحدة الأنشطة الطلابية	وكيلة / شؤون تعليمية	102	80	60	42	26	12	10	سنوياً	عدد 12 فائز في 2025 بزيادة 2 في العام التالي	عدد الطلبة الحاصلين على جوائز	زيادة أعداد الطلبة الحاصلين على جوائز محلية ودولية	2	
وحدة الشركات	عميد الكلية	27	23	16	12	8	4	2	سنوياً	عدد 4 شركات بداية من 2025	عدد الشركات النوعية (التدريبية-الوظيفية)	عقد شركات نوعية مع قطاعات إعلامية		

الخطة التنفيذية لكلية الاتصال والإعلام

2

30%

الوزن النسبي

رفع كفاءة وفاعلية البحث العلمي

الهدف الاستراتيجي

البحث العلمي

المحور

الهدف الاستراتيجي الفرعي	المستهدف	المؤشر	وصف المؤشر	قياس المؤشر	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	المسؤولة الجهة	جهة التنفيذ
تعزيز الطاقة الاستيعابية لبرامج الدراسات العليا	1	رفع قبول المتقدمين ببرامج الدكتوراه	عدد الطلبة المقبولين في برنامج الدكتوراه	سنوياً	0	0	48	60	72	84	96	وكيل الكلية للدراسات العليا	الأقسام العلمية
	2	رفع قبول المتقدمين ببرامج الماجستير	عدد الطلبة المقبولين في برنامج الماجستير العام	سنوياً	17	57	67	77	87	97	107	وكيل الكلية للدراسات العليا	الأقسام العلمية
تطوير برامج في الاتصال والإعلام	1	استحداث برنامج دراسات عليا أكاديمي	عدد برنامج فستحدث	2025	0	1	1	1	1	1	1	وكيل الكلية للدراسات العليا	الأقسام العلمية
	2	تطوير برنامج دراسات عليا أكاديمي	عدد برنامج مطور	2025	0	1	1	1	1	1	1	وكيل الكلية للدراسات العليا	الأقسام العلمية

الخطة التنفيذية لكلية الاتصال والإعلام

2

30%

الوزن النسبي

رفع كفاءة وفاعلية البحث العلمي

الهدف الاستراتيجي

البحث العلمي

المحور

جهة التنفيذ	المسؤولة الجهة	2030	2029	2028	2027	2026	2025	2024	قياس المؤشر	وصف المؤشر	المؤشر	المستهدف	الهدف الاستراتيجي الفرعي
وحدة البحث العلمي	وكيل الكلية للدراسات العليا	384	320	256	192	128	64	8	سنوياً	عدد 64 بحث من ISI-Scopus بداية 2025	عدد النشر السنوي للأعضاء	رفع عدد الأبحاث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس في المجلات عالية التأثير	1
وحدة البحث العلمي	وكيل الكلية للدراسات العليا	768	640	512	384	256	128	32	سنوياً	عدد 128 إنتاج علمي (بمعدل 2 بحث لكل عضو) Non-ISI/Scopus بداية من 2025	الإنتاج السنوي (للأعضاء)	رفع الإنتاج العلمي للأعضاء	2
وحدة البحث العلمي	عميد الكلية	96	84	72	60	48	36	16	سنوياً	عدد 9 إنتاج علمي في 2025 بزيادة 3 لكل قسم	عدد الإنتاج العلمي للمجموعات	رفع نشر المجموعات البحثية في التخصص	3
وحدة البحث العلمي	وكيل الكلية للدراسات العليا	70	60	50	40	30	20	10	سنوياً	عدد 10 أبحاث منشورة	عدد النشر السنوي (للطلاب)	رفع عدد الأبحاث المنشورة لطلاب الدراسات العليا	4



الخطة التنفيذية لكلية الاتصال والإعلام

2

30%

الوزن النسبي

رفع كفاءة وفاعلية البحث العلمي

الهدف الاستراتيجي

البحث العلمي

المحور

جهة التنفيذ	الجهة المسؤولة	2030	2029	2028	2027	2026	2025	2024	قياس المؤشر	وصف المؤشر	المؤشر	المستهدف	الهدف الاستراتيجي الفرعي	
وحدة البحث العلمي	وكيل الكلية للدراسات العليا	18	15	12	9	6	3	0	سنوياً	عدد 3 تعاون بحثي عالمي	عدد التعاون البحثي العالمي	تعاون بحثي مع جامعات عالمية متميزة		
لجنة المؤتمرات	عميد الكلية	6	5	4	3	2	1	0	سنوياً	عدد 1 مؤتمر	تنفيذ مؤتمر الاتصال الرقمي	إقامة مؤتمر الاتصال الرقمي السنوي	1	تعزيز الريادة في مجالات الاتصال والإعلام من خلال تنظيم فعاليات بحثية
وحدة البحث العلمي	وكيل الكلية للدراسات العليا	140	120	100	80	60	40	20	نصف سنوي	عدد 10 لقاءات	عدد اللقاءات البحثية	إقامة لقاءات بحثية نوعية في التخصص	2	

الخطة التنفيذية لكلية الاتصال والإعلام

2

30%

الوزن
النسبي

رفع كفاءة وفاعلية البحث العلمي

الهدف الاستراتيجي

البحث
العلمي

المحور

جهة التنفيذ	المسؤولة	2030	2029	2028	2027	2026	2025	2024	قياس المؤشر	وصف المؤشر	المؤشر	المستهدف	الهدف الاستراتيجي الفرعي	
وحدة المجلات العلمية	وكيل الكلية للدراسات العليا	14	12	10	8	6	4	2	نصف سنوي	عدد 1 إصدار	عدد إصدارات المجلة العلمية السنوية	انتظام نشر أعداد مجلة الاتصال والدراسات الإعلامية	1	إدراج مجلة الاتصال والإعلام في قواعد البيانات المرموقة
وحدة المجلات العلمية	وكيل الكلية للدراسات العليا	100 %	100 %	70 %	60 %	50%	40%	30%	سنوياً	استيفاء 10% من المعايير حتى تحقيقها في 2029	نسبة استيفاء معايير Scopus (التصنيف)	تصنيف المجلة ضمن قواعد بيانات Scopus	2	
وحدة البحث العلمي	وكيل الكلية للدراسات العليا	84	72	60	48	36	24	12	سنوياً	عدد 12 حاصل/فائز على التميز	عدد الحاصلين على بدل التميز/ الجوائز الإقليمية والعالمية	تحفيز الأساتذة على الحصول على بدل التميز البحثي		

الخطة التنفيذية لكلية الاتصال والإعلام

3

5%

الوزن
النسبي

بناء شراكات مجتمعية فاعلة

الهدف الاستراتيجي

المسؤولية
المجتمعية

المحور

جهة التنفيذ	المسؤولة الجهة	2030	2029	2028	2027	2026	2025	2024	قياس المؤشر	وصف المؤشر	المؤشر	المستهدف	الهدف الاستراتيجي الفرعي
وحدة تطوير الموارد البشرية	وكيل الكلية للدراسات العليا	21	18	15	12	9	6	0	سنوياً	عدد 6 دورات في 2025 بزيادة 3 دورات	عدد الدورات التطوعية	إقامة دورات تدريبية في المجال الإعلامي للقطاع الحكومي والخيري	رفع المشاركة في الأنشطة التطوعية
وحدة الأنشطة الطلابية	وكيل/ة الشؤون التعليمية	35k	30k	25k	20k	15k	10k	5000	سنوياً	عدد 10000 ساعة تطوعية في 2025 بزيادة 5000 ساعة	عدد ساعات التطوع	زيادة أعداد المشاركين في الأعمال التطوعية	
وحدة الأنشطة /وحدة التدريب /الأقسام العلمية	وكيل/ة الشؤون التعليمية	700	600	500	400	300	200	100	سنوياً	عدد 100 مشاركات مجتمعية/وطنية	عدد المشاركات (مقررات، أنشطة وفعاليات، أبحاث، الأيام العالمية)	رفع المشاركات المجتمعية والوطنية	

الخطة التنفيذية لكلية الاتصال والإعلام

4

10%

الوزن
النسبي

تعزيز الصورة المؤسسية للكلية

الهدف الاستراتيجي

السمعة
والمكانة

المحور

جهة التنفيذ	المسؤولة	2030	2029	2028	2027	2026	2025	2024	قياس المؤشر	وصف المؤشر	المؤشر	المستهدف	الهدف الاستراتيجي الفرعي
المتددي السعودي للإعلام، مهرجان البحر الأحمر	عميد الكلية	14	12	10	8	6	4	2	سنوياً	عدد 2 جناح	عدد الأجنحة في الفعاليات	المشاركة بأجنحة في الفعاليات	رفع حضور الكلية في المناسبات الاتصالية والإعلامية
الأقسام العلمية	عميد الكلية	70	60	50	40	30	20	10	سنوياً	عدد 10 متحدثين ومشاركين	عدد المتحدثين في المناسبات	رفع عدد المتحدثين في المناسبات	
وكيلة / الشؤون التعليمية	وكيلة / الشؤون التعليمية	183	153	128	108	93	83	78	سنوياً	عدد 5 طلاب مع زيادة 5 في العام التالي	عدد الطلبة المقبولين منذ بداية فتح القبول	رفع أعداد قبول الطلبة المقيمين والدوليين	

الخطة التنفيذية لكلية الاتصال والإعلام

5

10%

الوزن
النسبي

تطوير الأداء وتعزيز الإنتاجية

الهدف الاستراتيجي

القدرة
الإدارية

المحور

جهة التنفيذ	المسؤولة الجهة	2030	2029	2028	2027	2026	2025	2024	قياس المؤشر	وصف المؤشر	المؤشر	المستهدف
/الوكلاء/ الأقسام /وحدة تطوير الموارد	/الوكلاء/ الأقسام /وحدة تطوير الموارد	44	40	37	33	29	25	21	سنوياً	عدد 4 شهادة مهنية للأعضاء	عدد الحاصلين على الشهادات المهنية	زيادة الحاصلين على الشهادات المهنية والبرامج التطويرية من أعضاء هيئة التدريس
وحدة تطوير الموارد البشرية	وكيل الكلية للدراسات العليا	14	12	10	8	6	4	2	سنوياً	عدد 2 دورة	عدد دورات الإداريين / الفنيين	رفع عدد الدورات التدريبية المقدمة للإداريين والفنيين من الكلية
وحدة التطوير/ الأقسام العلمية	عميد الكلية	7	6	5	4	3	2	1	سنوياً	عدد 1 شهادة ثم تجديدها	الحصول على الشهادة	الحصول على شهادة الأيزو 9001-2015 وتجديدها
/الوكلاء/ الأقسام /وحدة تطوير الموارد	عميد الكلية	30%	28%	26%	24%	22%	20%	0	سنوياً	متوسط نسبة انخفاض الوقت والجهد في أداء المهام الإدارية بعد تطبيق AI مقارنة بخط الأساس	نسبة تحسين الإنتاجية الإدارية	تحسين الإنتاجية باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي



الخطة التنفيذية لكلية الاتصال والإعلام

6

15%

الوزن
النسبي

زيادة روافد التمويل الذاتي

الهدف الاستراتيجي

الاستدامة
المالية

المحور

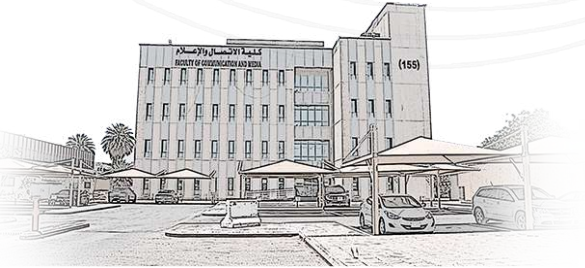
جهة التنفيذ	المسؤولة الجهة	2030	2029	2028	2027	2026	2025	2024	قياس المؤشر	وصف المؤشر	المؤشر	المستهدف	الهدف الاستراتيجي الفرعي	
الأقسام العلمية	وكيلة الشؤون التعليمية	9	9	9	9	7	5	3	سنوياً	عدد البرامج حتى الحد الأقصى المخطط له	عدد البرامج	استحداث برامج تعليمية مدفوعة تلبي احتياجات سوق العمل		
وحدة ريادة الأعمال	وحدة الأعمال	66	50	36	24	14	6	3	سنوياً	عدد 6 منافسات في 2025 مع زيادة 2 منافسة في العام التالي	عدد المنافسات	دخول منافسات إعلامية		
وحدة الشركاء	عميد الكلية	13	13	13	13	13	13	13	نصف سنوي (غير تراكمي)	عدد الرعاة والشركاء (التقنيين/الإعلاميين/الداعمين...), بدون تكلفة مالية	عدد الرعاة/الشركاء	استقطاب الرعاة والشركاء	1	استقطاب الرعايات والخدمات الداعمة
وحدة الشركاء	عميد الكلية	25	25	25	25	25	25	25	نصف سنوي (غير تراكمي)	عدد المدربين والمحكمين والمتحدثين دون مقابل مالي	عدد الخبراء	استقطاب الخبراء	2	
وحدة الشركاء	عميد الكلية	8	8	8	8	8	8	8	نصف سنوي (غير تراكمي)	عدد العلامات التجارية والحكومية المستقطبة للجامعة	عدد الشركات والقطاعات الحكومية	استقطاب الشركات والقطاعات المتميزة	3	



لِللّٰهِ مَوْنٌ

كلية الاتصال والإعلام

Faculty of Communication and Media



كلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبدالعزيز

@FCM_KAU

fcm@kau.edu.sa

<https://fcm.kau.edu.sa>