

1. **الصفة:** مسؤول الإعلام الرقمي والإعلان

2. **المكتب:**

3. **المسؤول المباشر:** نائب الرئيس للشؤون الإدارية والمالية

4. **المسؤولون تجاهه:** لا أحد

5. **الوصف العام:**

يهتم مسؤول الإعلام الرقمي والإعلان بتحقيق أهداف الجامعة الإعلامية عبر إدارته للوسائل الإعلامية الرقمية الخاصة بها، كموقعها الإلكتروني ومنصاتها الإعلامية من فايسبوك وتويتر وإنستغرام وغيرها. كما يتولى وضع التصاميم المتعلقة بالحملات الإعلانية التي تطلقها الجامعة، فضلاً عن تصميم المنشورات الإعلانية التعريفية كالبروشيرات والكتيبات وغيرها.

6. **المسؤوليات والالتزامات:**

- يضع خطة سنوية تهدف إلى خلق وعي للسمة التجارية للجامعة (Brand) وتعزيزها.
- يصمم الإعلانات الداخلية والخارجية والكتيبات والبروشورات والبوسترات والشعارات المتعلقة بالجامعة.
- يعزز تواجد وحضور الجامعة على المنصات الإعلامية التابع لها.
- يخطط للحملات الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي مستخدماً استراتيجيات العلاقات العامة والإعلان.
- يدير الموقع الإلكتروني للجامعة.

**فيما يتعلّق بإنشاء المحتوى:**

- يبتكر محتوى خاص لوسائل التواصل الاجتماعي يتناسب مع:
  - ✓ أهداف الجامعة.
  - ✓ اهتمامات الفئة المستهدفة.
  - ✓ المناسبات المحلية والعالمية.
- ينشئ فيديوهات تعريفية متعلّقة بأنشطة الجامعة الأكاديمية وغير الأكاديمية.
- يُنشئ محتوى تفاعلياً عبر استخدام وسائط متعدّدة (Multimedia) من نص وصوت ورسومات وصور متحرّكة وفيديوهات وغيرها لتقديم المعلومات والبيانات المطلوبة بطريقة تجذب المستهدف.
- يضع جدولاً زمنياً منتظماً للنشر ملتزماً رزنامة تلحظ المناسبات العالمية والمحلية.
- ينشر بجودة عالية، محتوى غير مقلّد (صور، فيديوهات، نصوص) مبرزاً الجوانب التي تظهر تميّز الجامعة.
- يركز الاتجاهات الحديثة في الصفحات ذات الصلة لإنشاء محتوى يعزز التفاعل مع الفئات المستهدفة.
- يطور المحتوى بشكل مستمر بناء على دراسته للجمهور الذي تطاله وسائل الإعلام الرقمي واهتماماته.
- يحافظ على نمط ثابت من المحتوى المرئي يحمل السمات الخاصة بالجامعة (Brand).

**فيما يتعلّق بإدارة الموقع الإلكتروني:**

- يضع خطط لتطوير وإدارة الموقع الإلكتروني للجامعة.
- يحلّل ويحدّث الموقع بشكل دوري بأنشطة الجامعة ويُدخل البيانات العاجلة- والطارئة.

- يدقق المعلومات المدخلة ويصوّب الأخطاء إن وجدت.
- يتابع الموقع تقنيا مع المسؤل التقني.

#### فيما يتعلّق التواصل مع الفئات المستهدفة:

- يجيب عن أسئلة المتواصلين عبر صفحات الجامعة.
- يحفّز المشاركة على صفحات الجامعة عبر الرد على تساؤلاتهم وسؤالهم عن اهتماماتهم والتفاعل مع مخاوفهم وهو اجسهم بأسلوب تواصلّي فعّال.

#### فيما يتعلّق إعداد التقارير:

- يعدّ تقارير تحليليّة دوريّة حول:
  - ✓ الازدياد في عدد المتابعين.
  - ✓ نوع المتابعين.
  - ✓ حجم المشاركات ونوعها.
  - ✓ أبرز تعليقات المستخدمين.
- يحدّد المعايير لقياس تأثير الحملات الإعلامية على صفحات المواقع ويقدم تقريراً حول فعّاليتها.
- يحدّد التحديات والفرص المؤثّرة في المحتوى المنشور وتطوّره، ويرفعها لمسؤوله المباشر للمساعدته في اتخاذ القرارات المناسبة بشأنها.

#### فيما يتعلّق بالتعاون مع أقسام الجامعة:

- يتواصل بشكل إيجابي وفعّال مع أقسام الجامعة كآفة لتعزيز مشاركتهم في الصفحات عبر تأمين المواد التي يمكن الاستفادة منها ونشرها من أنشطة وفعاليّات وغيرها.
- يقدّم المشورة والنصح لرؤساء الأقسام في الجامعة حول المواد التي يمكن الاستفادة منها ونشرها لتعزيز الصفحات وتطويرها.

#### مهام أخرى:

- يقوم بأي مهام ذات صلة موكله إليه من قبل مسؤوله المباشر.

#### 7. المؤهلات العلميّة والعملية والخبرات:

- المؤهلات العلميّة: إجازة جامعيّة في مجال المعلوماتيّة أو التصميم الجرافيكي.
- الخبرة العمليّة: سنتان في مجال إدارة مواقع التواصل الاجتماعي أو في مجال التسويق عبر الانترنت.
- المؤهلات العمليّة:
  - الإلمام بالمعلومات الأساسيّة الخاصّة بالجامعة من برامج وطرق التسجيل وغيرها ممّا تحتاج الفئة المستهدفة لمعرفته.
  - معرفة بالتصميم الجرافيكي
  - خبرة في التعامل مع ال Office
  - خبرة بأنظمة إدارة المحتوى.
  - خبرة في التعامل مع ال Social Media

- خبرة في التعامل مع برامج التصميم الغرافيكي Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign
- لديه مهارات إخراجية من حيث التعامل مع الكاميرات، الإضاءة...
- القدرة على تطوير الويب باستخدام HTML5, CSS3 والربط بقواعد البيانات.
- خبرة في تعزيز تجربة المستخدم UX
- إجادة تامة وتمرس بالتصميم على برامج الإخراج كـ Adobe Premiere
- قدرات تواصلية كتابية عالية وفعالة
- مهارة في الإقناع
- قدرة على إدارة الوقت
- معرفة ومهارة في أساليب التسويق عبر الانترنت

المهارات اللغوية: القدرة على التواصل الكتابي باللغتين الانكليزية والعربية.