



كلية الخدمة الاجتماعية
وحدة التسويق

ملف

وحدة التسويق

" وحدة ذات طابع خاص تتبع كلية الخدمة الاجتماعية وفق لائحة
الوحدات ذات الطابع الخاص "

2019

إعداد

أ.م.د/ السيد على عثمان أحمد

مدير التسويق بالكلية

- مقدمة :

لقد أصبح مفهوم خدمة المجتمع وتنمية البيئة من المفاهيم المحورية والذي يعد في ذات الوقت بعداً محورياً ويضيف مهمة أساسية من المهام التي تضطلع بها الكلية، وهذه المهمة تتمثل في التفاعل مع المجتمع المحيط والمشاركة الفعلية في تقديم الخدمات والاستشارات ووضع خبرات أعضاء هيئة التدريس ومكاناتهم المختلفة في مجالات التدريس والبحث العلمي وخدمة المجتمع في سبيل تحقيق رسالة الكلية . وهذا من منطلق الدور الذي تلعبه الجامعة أو الكلية في المجتمع باعتبارها تجمعاً يضم صفوة العقول البشرية في مجالات الفكر الإنساني وأساساً للتطوير والإبداع لتحقيق التنمية بالمجتمع المحلي ، ولعل دور الكلية التنموي يتضح من خلال تبني مفهوم خدمة المجتمع وتنمية البيئة عبر مراكز الاستشارات والوحدات ذات الطابع الخاص.

وتسعى الكلية إلى تحقيق مكانة متميزة في بيئة أعمالها مع تهيئة مناخ تعليمي يتصف بالانفتاح والديناميكية ، ويتبنى تسويق الخدمات التعليمية والأبحاث والاستشارات في إطار الجامعة المنتجة لخدمة المجتمع .

ويقوم التسويق بدور كبير في نجاح المنظمات مهما اختلفت أحجامها، ولذلك يطلق على العصر الحالي عصر التسويق Marketing Age ، فقد أصبح التسويق نشاطاً مهماً في المنظمات غير الهادفة للربح Nonprofit Organizations ، مثل مؤسسات التعليم العالي بهدف تحسين الخدمات وتحقيق رضا العميل، فضلاً عن زيادة موارد تلك المؤسسات، وهو ما يؤدي بالتبعية إلى رفع كفاءة الأداء فيها.

وبذلك نجد أن مفهوم تسويق الخدمات التعليمية وغير التعليمية يعني فلسفة جديدة تتبناها الجامعات والكليات لتعزيز دورها في خدمة المجتمع من خلال تلبية احتياجات أفراد ومؤسساته، ودعم استقلالية الجامعات والاعتماد على التمويل الذاتي أكثر من التمويل الحكومي.

ويعتبر تسويق الخدمات الجامعية اتجاهاً عالمياً تأخذ به عديد من الجامعات في دول العالم المتقدم، وبالفعل ساعد ذلك على رفع مستوى الأداء الجامعي فيما يرتبط بخدمة المجتمع وتنمية البيئة ، بالإضافة إلى تزويد تلك الجامعات بموارد إضافية لمواجهة عجز الحكومات عن تمويلها.

أخيراً يلعب التسويق هاماً في تعظيم الاستفادة من القدرات الجامعية في مختلف المجالات الاستشارية والبحثية والتدريبية، وحل مشكلات البيئة والمستفيدين من الجامعة وإرضائهم، وتوفير مصادر تمويل إضافية للجامعات ، الأمر الذي ينتج عنه تحسين المركز التنافسي للجامعات وكلية مختلفة محلياً وإقليمياً ودولياً.

فالتسويق هو جميع الجهود والأعمال المتكاملة التي تقوم بها المؤسسة بدء من دراسة الأسواق وتحديد الفئات المستفيدة من الخدمات والمنتجات المختلفة التي تقدمها، ومرواً بتصميم الخدمات وتسعيرها والترويج لها وتوصيلها للمستفيدين، وانتهاء بتحقيق أهداف كل من المؤسسة والمستفيدين من خدماتها معاً¹.

- مادة (1) : تمهيد

ينشأ بمقر كلية الخدمة الاجتماعية - جامعة الفيوم وحدة لتسويق الخدمات التعليمية وغير التعليمية بالكلية كوحدة ذات طابع خاص وفق أحكام الفقرة الثانية من المادة رقم 307 من اللائحة التنفيذية لقانون تنظيم الجامعات رقم 49 لسنة 1972 ، ويكون لها الاستقلال في إدارة شئونها المالية والإدارية والفنية وتسري عليها المواد الواردة بالباب السادس " الوحدات ذات الطابع الخاص من اللائحة التنفيذية لقانون تنظيم الجامعات وكذلك بنود اللائحة الموحدة للوحدات ذات الطابع الخاص " .

- مادة (2) : رؤية الوحدة

تسعى وحدة التسويق بكلية الخدمة الاجتماعية - جامعة الفيوم لتكون حلقة الوصل بين الكلية والعملاء والمستفيدين من الخدمات المختلفة التعليمية وغير التعليمية في مجالات التدريس والبحث العلمي وخدمة المجتمع وكذلك خدمات الوحدات ذات الطابع الخاص لتنمية الموارد الذاتية وجلب مصادر تمويل جديدة للكلية.

- مادة (3) : رسالة الوحدة

تهدف وحدة التسويق بكلية الخدمة الاجتماعية - جامعة الفيوم إلى تنمية الموارد الذاتية وجلب مصادر جديدة للكلية من خلال التسويق الداخلي والخارجي للخدمات التعليمية وغير التعليمية البحثية والمجتمعية والتدريب والاستشارات والمعارض وملتقيات التسويق والبحث عن البحوث الممولة وتقديم الخدمات المختلفة بمقابل ... إلخ وخدمات الوحدات ذات الطابع الخاص بما يتناسب مع رغبات واحتياجات العملاء والمستفيدين والأطراف ذات العلاقة واحتياجات سوق العمل المجتمع الخارجى المتغيرة .

- مادة (5) : المبادئ الحاكمة لعمل الوحدة

يعتمد عمل وحدة التسويق بكلية الخدمة الاجتماعية - جامعة الفيوم على مراعاة مجموعة من المبادئ العامة والتي أهمها :

1-المساهمة فى اعداد جيل من الاخصائيين الاجتماعيين القادرين على المنافسة فى سوق العمل محلياً وإقليمياً ودولياً .

2- الدراسة العلمية المستمرة لاحتياجات سوق العمل وربطها بالعملية التعليمية بالكلية.

- 3- جلب موارد جديدة للكلية من خلال (الجهات المانحة- اتفاقيات التآخي مع الكليات الأخرى- تشجيع أنماط مختلفة من التعليم- استحداث تخصصات نادرة بالكلية - جذب الطلاب الوافدين من البلاد الأخرى- جذب الطلاب لبرامج الدراسات العليا - انشاء برامج دراسية جديدة تهتم المجتمع وسوق العمل- تنظيم المعارض بالتعاون مع الشركات والمصانع والمنظمات - تنظيم الملتقيات التسويقية بالكلية - ...)
- 4- وضع الخطط اللازمة لتشجيع عملية التطوع والتبرع لبرامج وأنشطة الكلية.
- 5- ربط الكلية بالمجتمع والفضاء الخارجى على كافة المستويات المختلفة .
- 6- الترويج لخدمات الكلية فى مجالات التعليم والبحث العلمى وخدمة المجتمع وخدمات الوحدات ذات الطابع الخاص.
- 7- تنمية الموارد الذاتية للكلية .
- 8- التسويق الحديث لخدمات الكلية المتمثلة فى :
 - أ- الخدمات التعليمية مثل : مرحلة البكالوريوس- الدراسات العليا- التعليم المفتوح- الدبلومات - الاستشارات المختلفة فى المجالات الاجتماعية - الدورات - التدريب الميدانى- ...
 - ب- الخدمات غير التعليمية مثل : مدرجات الكلية - قاعات المؤتمرات- قاعات التدريب- الوحدات ذات الطابع الخاص ...
- 10- التعاون مع رجال الأعمال والرعاة والمنظمات والمهتمين بالعمل الاجتماعى لدعم برامج وأنشطة الكلية.

- مادة (6) : الأهداف العامة للوحدة

- يتحدد الهدف العام لكل المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص فى تفعيل دور الجامعة فى حل مشاكل المجتمع والإسهام فى قضايا التنمية ، وتهدف وحدة تسويق الخدمات بكلية الخدمة الاجتماعية إلى تنمية الموارد الذاتية للكلية عبر تسويق خدمات الكلية التعليمية وغير التعليمية ووضع السياسات الخاصة بتسويق وترويج جميع الخدمات التى يحتاجها أفراد المجتمع والمنشآت فى المجالات المختلفة ، وتسعى وحدة تسويق الخدمات بكلية الخدمة الاجتماعية إلى تحقيق الأهداف التالية :
- 1- نشر ثقافة التسويق بالكلية والتوجه بالتسويق فى كافة أنشطة وبرامج الكلية والوحدات ذات الطابع الخاص .
 - 2- ممارسة التسويق الداخلى والخارجى فالتسويق الداخلى يتأتى من خلال تسويق الخدمات المتاحة بالكلية للطلاب باعتبارهم الجمهور الداخلى المستهدف بالأنشطة المختلفة المقدمة بالكلية وتلك التى تنفذها الوحدات ذات الطابع الخاص ، أما التسويق الخارجى فالمقصود به التوجه نحو المجتمع المحلى المحيط بالكلية والتسويق للخدمات التى تقدمها الكلية فى نطاقه ممثلاً فى الجهات الحكومية والأهلية والخاصة وجميع أفراد المجتمع المحلى .

- 3- العمل على تسويق الخدمات المختلفة بالكلية سواء الخدمات التعليمية وغير التعليمية.
- 4- جلب وتنمية الموارد الذاتية للكلية في صور مختلفة (منح - تمويل - هبات - تبرعات - دعم - رعاية - شراكات - برتوكولات تعاون - بحوث ممولة - معارض - ملتقيات تسويق ...
- 5- الترويج للأنشطة والخدمات التي تقدمها الكلية من خلال المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص بالكلية للشركات والمؤسسات الإنتاجية والخدمية بالمجتمع المحيط والعمل على تعريف المجتمع بها.
- 6- وضع الخطط التسويقية للكلية سواء كانت خطط طويلة الأجل أو قصيرة الأجل.
- 7- تنفيذ الأنشطة والبرامج التي من شأنها زيادة مصادر التمويل الذاتي للكلية مثل (الدورات التدريبية - ورش العمل - الملتقيات التسويقية - المعارض - برتوكولات التعاون - الشراكات ...) .
- 8- تحديد فئات العملاء وتحديد متطلباتهم واحتياجاتهم ورغباتهم.
- 9- عمل قاعدة بيانات للعملاء والمستفيدين الحاليين والمستهدفين من خدمات الكلية والأطراف ذات العلاقة.
- 10- العمل على تحقيق القياس المستمر لرضا المستفيدين من خدمات الكلية.

مادة (8) : تشكيل مجلس ادارة الوحدة

يشكل مجلس الإدارة وفق المادة (311) من اللائحة التنفيذية لقانون تنظيم الجامعات ، ولما كانت الوحدة تتبع كلية الخدمة الاجتماعية - جامعة الفيوم ، فيشكل المجلس علي النحو التالي (مرفق1) :

- 1- السيد الأستاذ الدكتور / عميد الكلية رئيساً
 - 2- وكيل الكلية لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة نائباً
 - 3- مديراً للوحدة من أعضاء هيئة التدريس مديراً
 - 4- عدد (2) من أعضاء هيئة التدريس بالكلية من المتخصصين في مجال عمل الوحدة أعضاء
 - 5- يجوز أن يرشح عضواً واحداً أو أكثر من خارج الكلية بما لا يزيد عن ثلاثة أعضاء أعضاء
- من ذوي الخبرة الفنية في مجال اختصاص الوحدة .

مع الالتزام بأحكام المادة رقم 311 من اللائحة التنفيذية لقانون تنظيم الجامعات رقم 49 لسنة 1972 .

مادة (12): لجان الوحدة

تشكل بوحدة التسويق بالكلية مجموعة من اللجان التي تسير عمل الوحدة وهذه اللجان هي :

- 1- لجنة الاتصال والاعلام والعلاقات العامة .
- 2- لجنة تنمية الموارد الذاتية للكلية .

مادة (13): النواحي المالية للوحدة

تخضع وحدة التسويق بكلية الخدمة الاجتماعية - جامعة الفيوم فيما يتعلق بالنواحي المالية والادارية لبنود اللائحة المالية الخاصة بمركز تسويق الخدمات التابع لجامعة الفيوم وكذلك اللائحة المالية للوحدات ذات الطابع الخاص.