



الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن .. نبنيه معاً
scth.gov.sa



برنامج التطوير الشامل

تجربة

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

في ممارسة العلاقات العامة

تقديم

د. هباس رجا الحربي

ورقة المنتدى الإعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال
(الإعلام والاقتصاد ... تكامل الأدوار في خدمة التنمية)
(4-7 / 1437 هـ الموافق 11-12 / 4 / 2016م)



رؤية الهيئة

الرؤية

تعد الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني مركزاً للتحفيز السياحي، وتعمل من خلال شراكة وثيقة مع الأطراف والشركاء المعنيين لتحقيق رؤية ومهمة السياحة في المملكة، ولتكون الداعم الأساسي لإحداث التنمية السياحية المستدامة التي تتماشى مع الثوابت الإسلامية والقيم الاجتماعية والثقافية والبيئية السائدة في المملكة.

المهمة

تعمل الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني على تسهيل تنمية مستدامة وناجحة لصناعة السياحة في المملكة من خلال توفير توجه واضح لهذه الصناعة، والعمل من خلال الشراكة الوثيقة مع رواد الصناعة والشركاء لإيجاد وتهيئة مناخ تستطيع هذه الصناعة الناشئة من خلاله تحقيق درجة عالية من الاكتفاء الذاتي، وفيما يتعلق بمهمة الهيئة تجاه قطاع الآثار، فإن قطاع الآثار والمتاحف سيقوم بتعزيز قدرته على حماية الآثار، وتسجيلها، واستكشافها، والتنقيب عنها ودراساتها، وتطوير المتاحف والتراث العمراني، وزيادة المعرفة بعناصر التراث الثقافي بالمملكة، وإدارة الآثار والمتاحف بشكل أكثر فعالية، وتهيئة الموارد الثقافية ليتم تطويرها وعرضها على أفراد المجتمع في إطار تعزيز السياحة الثقافية، وتحفيز استثمارات القطاع الخاص في مشاريع الآثار والمتاحف.

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

مهمة الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء وأهدافها الاستراتيجية

المهمة

تعزيز قناعة الرأي العام بهوية السياحة الداخلية وإبراز دور الهيئة الفاعل في قيادة التنمية السياحية.

الأهداف الاستراتيجية

- توعية الجمهور ليصبح لديه اهتمام قوي واطلاع واسع وفهم عميق عن السياحة الداخلية وعن الآثار والمتاحف في المملكة، ويسهم في المحافظة عليها وإنائها وتطويرها نحو الأفضل.
- أن يكون القطاع الخاص مؤمناً بدور الهيئة القيادي والريادي، وملتزماً بمنهجها لإنجاح فرص الاستثمار في صناعة السياحة.
- التأثير على صنّاع القرار حتى يثمنوا فوائد السياحة، ويدعمون مشاريعها وخططها التنموية.
- تهيئة المجتمع لإدراك فوائد السياحة والتراث الوطني وإثراءه بالثقافة السياحية.

● رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

● المهمة والأهداف

● مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

● برامج العلاقات العامة

● الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء:

1. رفع وعي المجتمع والفئات المتخصصة من الجمهور بالتنمية السياحية وتأثيراتها الإيجابية، وغرس قيم الاعتزاز بالتراث الوطني والبعد الحضاري للمملكة، والتوعية بسبل التعامل معه.
2. بناء الجسور مع الشركاء وإبقائهم على اطلاع مستمر ومتواصل بأعمال الهيئة.
3. التفاعل والتواصل مع وسائل الإعلام وإمدادها بالأخبار والتقارير الصحفية والإعلامية حول الهيئة وأنشطتها المتعددة، وبكل ما يتعلق بقطاع السياحة والتراث الوطني.
4. إدارة المحتوى الإعلامي للموقع الإلكتروني للهيئة، وتعزيز تواجدها التفاعلي على مواقع التواصل الاجتماعي.
5. تجديد وتحديث قواعد البيانات المتعلقة بالصحفيين وممثلي الإعلام، ومسؤولي الشركات السياحية، ومسؤولي الدولة، وقادة الرأي العام، لتطوير آليات التواصل معهم.
6. إنتاج الأفلام والمطبوعات الإعلامية للتعريف بالهيئة وأنشطتها، ودورها في تنمية السياحة الوطنية.
7. توثيق أنشطة الهيئة وفعاليتها المختلفة صحفياً وتصويرياً وتلفزيونياً.

• رؤية الهيئة العامة
للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة
للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية
للإدارة العامة للإعلام
وعلاقات الشركاء



الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
sctn.gov.sa

التواصل الخارجي



التواصل الخارجي :

- 1- المشاركة على المستوى الوطني.
- 2- توسيع دائرة توزيع المنتجات الإعلامية.
- 3- دعم برامج العلاقات العامة التفاعلية الإلكترونية.
- 4- العمل على تعميق التفاعل الإيجابي مع جمهور الهيئة الخارجي.
- 5- تصميم جناح متنقل خاص بالهيئة ويخصص للمشاركة في المعارض الداخلية.
- 6- تقديم الدعم لعدد كبير من الجهات الحكومية والخاصة.

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

برامج العلاقات العامة

أولاً: برنامج ابتسم

برنامج التربية السياحية المدرسية " ابتسم " أحد البرامج التي تنفذها الهيئة بالشراكة مع وزارة التعليم، ويأتي هذا البرنامج استكمالاً لسعي الهيئة نحو تعميق الثقافة السياحية لدى المجتمع من خلال التركيز على المجتمع التعليمي، وتحقيق التوعية الشاملة نحو فهم مقومات التفاعل بين طرفي العملية السياحية البسيطة (السائح والمضيف)، وذلك عبر الأنشطة التعليمية والتربوية المختلفة، ويعمل الطالب السائح مع الطالب المضيف أثناء تنفيذ البرنامج وفقاً لوسائل سياحية تتميز بالإبداع والابتكار، وتساهم في تطوير العمل في البرنامج.

اعتمد البرنامج خلال مراحلها السابقة على تقنيات التدريب العلمي والعملية، حيث يخصص للمتدربين يومين. الأول يتم فيه القيام بعملية تأهيلية نظرية، يتبعها في اليوم الثاني القيام بعملية تطبيقية من خلال رحلة ميدانية، والبرنامج بذلك يقدم التجهيزات المناسبة علمياً وعملياً بمفردات وأدوات " ابتسم " بهدف الوصول إلى تحقيق الغايات والنتائج المرجوة من حيث التوعية والتثقيف والقيم.

وقد تم تطوير البرنامج، وإعادة طرحه بآليات جديدة خلال عام 2016م.

النتائج:

- ✓ تم تنفيذ البرنامج على (5) مراحل من بداية العام 1426هـ.
- ✓ شملت مخرجات التدريب (3145) معلماً ومعلمة من جميع إدارات التعليم بالمملكة.
- ✓ تدريب ما يزيد عن نصف مليون طالب وطالبة حتى نهاية 2015م.
- ✓ تنفيذ أكثر من 20 ألف رحلة طلابية إلى مواقع سياحية مختارة في مدن ومحافظات المملكة.

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء



برنامج التربية السياحية المدرسية

ثانياً: برنامج السياحة تثري

تعمل الهيئة على توعية المجتمعات المحلية بالآثار الإيجابية للسياحة، ومدى مساهمتها في المحافظة على التراث الوطني، بالإضافة إلى إبراز المنافع التي يمكن أن تتحقق من هذا القطاع كتحسين مستوى الدخل وتوفير فرص العمل للمواطنين.

وبرنامج «السياحة تثري» يعمل مع المجتمعات المحلية من خلال أنشطة وفعاليات توعوية مركزة وموجهة، ويسهم في تمكين المجتمعات المحلية من استثمار مقوماتها السياحية المتاحة، وتوجيه قدراتها أفراداً وجماعات للاستفادة من الفرص التي يوفرها قطاع السياحة، سواء للجيل الحالي أو للأجيال القادمة، ويتم ذلك من خلال تنظيم ورش عمل تُدعى إليها قيادات من المجتمع المحلي من مسؤولي القطاعات الحكومية والمستثمرين والمهتمين بالشأن السياحي. وتعتمد هذه الورش الأسلوب التفاعلي فيما بين الحضور للوصول إلى نقاط مشتركة تخدم صناعة السياحة في المجتمع المحلي المستهدف، وتعزز الاتجاهات الإيجابية المرتبطة بالسياحة. كما يهتم البرنامج بمعرفة رأي المجتمع المحلي بشأن السياحة والاحتياجات المرتبطة بها بواسطة استطلاع رأي المشاركين ليتم تقييم الوضع المحلي المستهدف من وجه نظر المشاركين.

النتائج:

- دُشن البرنامج بداية عام 2008 م.
- شارك في البرنامج أكثر من 4 آلاف قيادي من قيادات المجتمعات المحلية.
- تم تنظيم نحو 120 ورشة عمل في جميع مناطق المملكة.
- تم تنفيذ (11) ورشة عمل للبرنامج موجهة للنساء خلال عام 2015 في عدد من المناطق للتوعية بالآثار والتراث العمراني.
- تنوع شرائح النساء المستهدفات من قبل البرنامج ليشتمل في أنشطته أكاديميات وإعلاميات وسيدات أعمال.

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء



برامج العلاقات العامة

ثالثاً: برنامج لا تترك أثر

اهتمت الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني بالمحافظة على البيئة وتنميتها لتحقيق السياحة المستدامة، وتضمنت استراتيجية تنمية السياحة الوطنية المستدامة مخرجاً خاصاً عن الأثر البيئي للسياحة، ويعد برنامج «لا تترك أثر» أحد مبادرات الهيئة المهمة في هذا المجال.

أهداف البرنامج:

- تنمية رحلات السياحة البيئية الممتعة، للوجهات السياحية المحلية، والتي تساهم في المحافظة على البيئات الطبيعية وعناصرها، والتوعية بأهميتها.
- تحفيز السياح على اتباع السلوكيات الإيجابية في الرحلات السياحية البيئية مع الاستمتاع بها.
- تفعيل مبدأ المشاركة والعمل الجماعي بين أفراد ومؤسسات المجتمع لتحقيق أهداف البرنامج.
- تحفيز الشركاء على اتباع الأسس واتخاذ الإجراءات التي تساهم في حماية المقومات السياحية الطبيعية في المملكة وتنميتها.
- تكوين صورة ذهنية إيجابية لدى المجتمع عن دور الجهات المشاركة والراعية، واهتمامها بالتنمية السياحية المستدامة.



النتائج:

- وصل عدد المستفيدين من البرنامج أكثر من مليون و800 شخص.
- تم إيصال مبادئ البرنامج مباشرة إلى أكثر من 27 ألف شخص.
- تم تنفيذ ورش عمل متخصصة لأكثر من 1000 مشارك.
- تم تطوير وتنظيم (420) نشاطاً بالتزامن مع المهرجانات الرئيسية والمعارض البيئية والملتقيات.

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

رابعاً: قافلة الإعلام السياحي

تنظم الهيئة مشروع «قافلة الإعلام السياحي»، بالتعاون مع وزارة الثقافة والإعلام، وعدد من المؤسسات الحكومية والخاصة. وتستضيف القافلة في رحلاتها المتعددة إلى كل مناطق ومدن المملكة كوكبة من الإعلاميين البارزين من داخل المملكة وخارجها، حيث تسيّر الهيئة ثلاث قوافل سنوية موجهة للإعلام المحلي والخليجي وكتّاب الرأي في الصحافة المحلية والخليجية، وتضم هذه القوافل عدداً من الإعلاميين الذين يمثلون مختلف وسائل الإعلام المرئي والمسموع والمقروء، إضافة إلى المصورين المحترفين، بهدف إطلاعهم على مشروعات السياحة الوطنية في المناطق، وتحفيزهم على دعمها والتعريف بها إعلامياً، ونقل صورة واقعية عن الوجهات والمقومات السياحية لتحفيز السياح لزيارتها، وتعريف المستثمرين بالفرص الاستثمارية المتاحة في كل منطقة، والوصول إلى خطاب إعلامي موضوعي يدعم أهداف التنمية السياحية الوطنية.

النتائج:

- أطلق البرنامج عام 1428هـ / 2007م.
- تم تسيير (30) قافلة حتى نهاية 2015م.
- شارك فيها ما يقارب 1000 إعلامي وكتّاب رأي ومصور.

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

برامج العلاقات العامة



خامساً: برنامج إجازتي سعودية

أطلقت الهيئة برنامج «سياحتي سعودية» للأسرة السعودية في صيف 2008م، بهدف إتاحة الفرصة للمشاركين لاستكشاف مناطق جذب سياحية جديدة، وكذلك للتعريف بالمواقع السياحية بالمملكة وما تتمتع به من تنوع، ومن ضمن فعاليات البرنامج تخصيص مسابقة تتمثل في كتابة تقارير مفصلة كمذكرات يومية مدعومة بالصور ولقطات الفيديو حول برنامج العائلة اليومي خلال تمتعها بالإجازة في الوجهات السياحية المحلية، ورصد مدى تفاعلها مع الأنشطة السياحية والترفيهية، أثناء الإجازة.

النتائج:

- أطلقت الهيئة البرنامج لأول مرة في صيف عام 1429 هـ / 2008م.
- نفذت النسخة الثانية بالتزامن مع اليوم الوطني لعام 1434 هـ في محافظة الطائف، والنسخة الثالثة نُفذت في إجازة منتصف العام الدراسي لعام 1435 هـ وكانت في محافظتي جدة وينبع ومنطقة جازان.

سادساً: اللقاء السنوي

تحرص الهيئة على تنظيم لقاء سنوي يشارك فيه كافة منسوبيها، ويحضره بعض أعضاء مجلس الإدارة من خارج الهيئة، ويتم خلاله استعراض ومناقشة أداء الهيئة خلال العام السابق، واستعراض مشاريع العام اللاحق. كما يشتمل برنامج اللقاء على جزئية مهمة تتمثل في استضافة شخصية ذات تجربة إدارية ناجحة ومتميزة للتحدث عن تجربتها بهدف الاطلاع على أساليب النجاح والتميز.

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

سابعاً: نشرة تواصل الإلكترونية

نشرة «تواصل» الإلكترونية هي نشرة داخلية intranet newsletter تعنى بأخبار الهيئة وفروعها في المناطق. وتحتوي على بعض الأبواب المميزة، فضلاً عن بعض المقالات التي تعبر عن آراء منسوبي الهيئة حول عدد من القضايا التي تشغل الموظف. وفي عام 2015 تم تطوير نشرة «تواصل» لتصبح بوابة إلكترونية داخلية أكثر فعالية بين منسوبي الهيئة، حيث تم عمل تطوير للواجهة الرئيسية، واعتماد بريد إلكتروني رسمي لـ«تواصل»، واستحداث عدد من الأقسام مثل قسم التطوير الشامل، وقسم رزمة المناسبات والفعاليات السياحية، مع تحديث يومي لكلمات سمو رئيس الهيئة. ويستقبل منسوبو الهيئة عبر البريد الإلكتروني نشرة «تواصل» مرتين أسبوعياً، فيما يتم عمل تحديث يومي لمحتوى الموقع.



• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

برامج العلاقات العامة

ثامناً: الموقع الإلكتروني:

البوابة الرسمية الإلكترونية للهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، هي موقع إخباري ومعلوماتي وتوثيقي، حيث تقدم خدماتها (الإخبارية – التفاعلية – الإعلانية (التسويقية) بنسختين: إحداها عربية والأخرى إنجليزية عبر شبكة الإنترنت.

الأهداف:

أ) الخدمة الإخبارية:

تقدم البوابة للمختصين والمتابعين والسياح خدمة خبرية تحدث بشكل يومي حول أنشطة الهيئة باللغتين العربية والإنجليزية.

- تقدم الأخبار الرئيسية التي تتضمن أبرز القضايا المتعلقة بنشاط الهيئة، وكذلك التصريحات الحيوية، بالإضافة إلى المحاور الرئيسية التي تركز عليها المنشأة في تنشيط حركة السياحة الداخلية.

- تهتم بخاصية التصوير في صورة (استبيان) دوري الهدف منها قياس رضا الجمهور المحلي على جودة الخدمات والمنتجات السياحية التي تقدمها الهيئة.

ب) الخدمة الإعلانية والتسويقية:

تواكب البوابة الإلكترونية للهيئة كافة وسائل الإعلام (المقروءة والمرئية والمسموعة) في تقديم خدمة تسويقية ترويجية إعلانية تركز على أبرز البرامج والمنتجات السياحية على مدار السنة، وتنشط بصورة أكبر في الإجازات والأعياد والمواسم والمهرجانات السياحية الصيفية.

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

(ج) الخدمة الإلكترونية التفاعلية:

توفر البوابة الإلكترونية للهيئة خدمة سهلة وبسيطة لمقدمي البرامج ومنظمي الرحلات السياحية والمرخصين من قبل الهيئة بالتفاعل الإلكتروني وتعبئة النماذج المتوفرة على الموقع وإرسالها إلكترونياً بدلاً من المراجعات الحكومية والوسائل التقليدية، بالإضافة إلى تغذية روزنامة الهيئة إلكترونياً.

(د) الخدمات الأخرى:

تقدم البوابة خدمات أخرى تركز على إبراز مقومات الجمال في الوجهات السياحية المحلية، وتبرز الأماكن التاريخية والتراثية في المملكة، وتسלט الضوء على المتاحف الحكومية والخاصة بواسطة صفحات متخصصة، بالإضافة إلى مكتبة الفيديو وألبوم الصور، وعدد من الخدمات الأخرى.

عدد الزوار:

تم تطوير البوابة الإلكترونية للهيئة وإطلاق نسخة جديدة ومطورة كلياً في عام 2015م، وتعتبر نقلة نوعية في عالم الإعلام الإلكتروني الرسمي وتقديم خدمات الحكومة الإلكترونية، وقد زار البوابة أكثر من 1.6 مليون زائر 91% منهم من السعوديين، وقد تم رفع 1320 مادة صحافية إلى الموقع الإلكتروني، وهو ما يعني أن معدل النشر على البوابة يتجاوز «3» مواد صحافية وإعلامية في اليوم الواحد.

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

توسعاً: مواقع الإعلام الجديد:

خصصت الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني صفحات إلكترونية مميزة للسياحة السعودية على عدد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل: «فيسبوك - تويتر - انستجرام - يوتيوب» وغيرها.

الأهداف:

التواصل الاجتماعي مع أكبر شريحة من المجتمع المحلي والخليجي، وتقديم كافة المعلومات والعروض والبرامج السياحية والفعاليات الخاصة بالسياحة في المملكة، حيث تحتوي هذه الصفحات على مواد إعلامية ومعلوماتية متنوعة من أهمها التقارير والأفلام القصيرة ومقاطع الفيديو، إلى جانب الصور لأبرز المواقع السياحية والأثرية والتراثية في المملكة.

النتائج:

- حقق اسم الهيئة ونشاطها ظهوراً على مواقع التواصل الاجتماعي يتجاوز أكثر من 629 مليون مرة.
- أكثر من 1.7 مليون شخص يشاهدون حسابات الهيئة يومياً على شبكات التواصل الاجتماعي.
- أكثر من 163 مليون شخص تفاعلوا مع حسابات الهيئة على هذه المواقع بمتوسط «314» شخصاً كل دقيقة.
- بلغ إجمالي المتابعين الدائمين لحسابات الهيئة الرئيسية فقط على التواصل الاجتماعي 517 ألف متابع.
- تجاوز عدد متابعي حسابات الهيئة الرئيسية والفروع وحسابات القطاعات الشقيقة أكثر من 9.8 مليون متابع.
- تحظى الهيئة بترتيب متقدم هو المركز «11» من بين «86» مؤسسة من المؤسسات الحكومية السعودية الأكثر تأثيراً على شبكات التواصل الاجتماعي بحسب المرصد السعودي للإعلام الاجتماعي لعام 2015م.
- تتفوق الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني على نظيراتها في دول مجلس التعاون الخليجي من حيث التفاعل والتواجد على شبكات التواصل.

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

عاشراً: الحملات الإعلامية الداخلية والخارجية:

أطلقت الهيئة - وما زالت - العديد من الحملات الإعلامية والتوعوية والتسويقية والإعلانية خلال المواسم السياحية في وسائل الإعلام المختلفة ومواقع التواصل الاجتماعي، وذلك للترويج للسياحية الداخلية، بالإضافة إلى تخصيص العديد من الحملات الداخلية لمنسوبيها.

الأهداف:

- دعمت الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء - وما زالت - الحملات الإعلامية والتوعوية والتسويقية والإعلانية الخاصة بالهيئة في وسائل الإعلام المختلفة وعبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومنها الحملة الإعلامية الكبرى بمناسبة مرور 15 عاماً على تأسيس الهيئة، مع تقديم العديد من المنتجات الإعلامية والمعلوماتية والتوعوية الخاصة بهذه المناسبة مثل المطبوعات وغيرها.

- قامت الإدارة بتبني الحملات الإعلامية الداخلية للهيئة، ومنها **(حملة التميز - حملة أنا مسؤول)**، وقد تم إطلاقهما بالتزامن مع حصول الهيئة بكافة قطاعاتها وفروعها ومكاتبها وإداراتها الفرعية على شهادة تطبيقات «الأيزو» كأول جهة حكومية سعودية تحصل على هذه الشهادة في كل تطبيقاتها، وتهدف الحملات الداخلية للهيئة إلى الارتقاء بروح المسؤولية والتميز في الأداء الوظيفي، وبت الرسائل المناسبة لتحقيق أعلى مستوى من الوعي الوظيفي المتخصص لدى الموظفين، وتقوم الإدارة بإعداد هذه الحملات بالتعاون مع الإدارات المختلفة في الهيئة، وخاصة إدارة التطوير الإداري.

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

أحد عشر: وسائل معلوماتية:

الحقبة الإعلامية الشهرية والملف الصحفي اليومي:

نظراً لأهمية التوعية للجمهور المستهدف وتوفير المعلومات للتواصل مع الشركاء في القطاعين الحكومي والخاص في المملكة، عملت الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء على إعداد «حقبة إعلامية» تصدر بشكل شهري يتم فيها اختيار أفضل المواد التي تنشر في الصحافة المحلية من أخبار وتقارير ومقالات وتحقيقات وتصريحات وإحصاءات تتناول الشأن السياحي المحلي، بالإضافة إلى رصد ما ينشر عن أنشطة الهيئة وفروعها ومسؤوليها في وسائل الإعلام المحلية، ويتم إرسال «الحقبة» شهرياً للمسؤولين وشركاء الهيئة من القطاعين الحكومي والخاص.

كما تقوم الإدارة بتوثيق كل ما ينشر عن السياحة والتراث الوطني في وسائل الإعلام المحلية والخليجية، وذلك من خلال «موقع الملف الصحفي اليومي» الذي أنشأته الهيئة لهذا الغرض، ويتم إرسال الملف صباح كل يوم بما في ذلك أيام الإجازات والعطلات الرسمية والأسبوعية عبر البريد الإلكتروني لجميع موظفي الهيئة وشركائها، بالإضافة إلى رفعه على الموقع الرسمي للهيئة ليكون متاحاً للمتخصصين والمهتمين والجمهور.

الأهداف:

- ❖ توعية الجمهور ليصبح لديه الاهتمام القوي والاطلاع الواسع والفهم العميق لمنافع وأهداف السياحة الداخلية والتراث الوطني بروافده المختلفة، وذلك لتحفيز المسنولين والمواطنين للمساهمة في تنمية السياحة الوطنية، والمحافظة على التراث الوطني، ودعم الجهود الرامية إلى إنمائها وتطويرها واستثمارها والدفع بها نحو الأفضل.
- ❖ أن يكون القطاع الخاص مؤمناً بدور الهيئة القيادي والريادي في تنمية السياحة والتراث الوطني، وملتزماً بمنهجها الوطني الذي تتبعه في سبيل إنجاح فرص الاستثمارات السياحية وتحويلها إلى مشروعات ناجحة تدعم صناعة السياحة في المملكة.
- ❖ التأثير على صناع القرار لتأمين فوائد السياحة الوطنية، وتدعيم مشاريعها وخططها التنموية.
- ❖ التوعية السياحية بهدف الوصول بالمجتمع إلى مستويات عالية من ثراء الثقافة السياحية.
- ❖ التعريف بالمبادرات والإنجازات التي تقدمها الهيئة في مجالات السياحة والتراث الوطني.
- ❖ رصد المنجزات التي تتم في مجالات عمل الهيئة وتقديمها للمهتمين بالشأن السياحي.

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

برامج العلاقات العامة

اثني عشر: مركز الابداع الإعلامي

هو مركز احترافي متخصص تم إنشائه مؤخراً ضمن الهيكل الإداري للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء، بموجب قرار سمو رئيس الهيئة، وهو يعمل على تعزيز هوية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، وإبراز برامجها ومنتجاتها الإعلامية بمهارة فنية عالية المستوى، وذلك من خلال:

- تطوير كافة مخرجات الهيئة الإعلامية، من (مطبوعات، وصور، وأفلام، وأفلام إنفو غرافيك، وعروض مرئية).
- وضع معايير وإجراءات تضمن انتظام الإنتاج الإعلامي، خاصة من حيث الجودة أو الوقت المحدد للإنجاز.
- الإشراف على المشاريع والاتفاقيات المبرمة مع كافة المؤسسات الإعلامية والقنوات التلفزيونية، لإنتاج برامج وأفلام تخص الهيئة.
- إدارة مكتبة الصور المؤسسية والرسومية الخاصة بالهيئة.
- ولتحقيق أهدافه وإنجاز مهامه بكفاءة، استقطب المركز أفضل الكوادر والخبرات العلمية والعملية وضمها إلى فريقه، واعتمد في إنتاجه الإعلامي أيضاً على أحدث الأجهزة والمعدات اللازمة للارتقاء بمستواه مهنيًا وإبداعياً.

النتائج حتى نهاية عام 2015م:

- التصوير التلفزيوني: 334 مناسبة وفعالية وأفلام.
 - المونتاج التلفزيوني: 244 مادة خبرية ومناسبة.
 - المواد المؤرشفة: 248 مادة مرئية.
 - المواد المنسوخة: DVD. 528
 - الصور الفوتوغرافية: أكثر من 56 ألف صورة.
 - إجمالي المواد الفوتوغرافية والتلفزيونية: 60 ألف مادة إعلامية تقريباً.
- وفيما يتعلق بالهويات السياحية تم تعديل: (شعار الهيئة وتطويره - تصميم شعار برنامج التطوير الشامل - تعديل شعار السياحة الزراعية - تعديل شعار برنامج خادم الحرمين الشريفين للعناية بالتراث الحضاري - تصميم شعار برنامج المسارات السياحية).

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء



الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa

برامج العلاقات العامة



برنامج التطوير الشامل

• رؤية الهيئة العامة
للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة
للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية
للإدارة العامة للإعلام
وعلاقات الشركاء



ثلاثة عشر: إنتاج البرامج والأفلام:

نظرًا لتزايد حجم أعمال الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، وأهمية التغطية الإعلامية والتوثيق التلفزيوني لكل أنشطتها، وصناعة الأفلام التسجيلية والوثائقية عن الهيئة وعن المواقع السياحية والأثرية والتاريخية والتراثية بشكل عام، كان من الضروري أن تقوم الهيئة بإنشاء "ستوديو" متخصص لإنتاج البرامج السياحية والأفلام الخاصة بفعاليات وقطاعات ومكونات السياحة والتراث الوطني، باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية، وقد وقعت الهيئة مذكرة تعاون مع وزارة الثقافة والإعلام بتاريخ 23/4/1426هـ، تضمنت إنتاج مجموعة متنوعة من البرامج التلفزيونية والإذاعية لبثها عبر القنوات السعودية المختلفة، وقد حصلت الهيئة في مجال إنتاج الأفلام السياحية على عدد من الجوائز العربية والعالمية، منها:

- جائزة "أفضل حملة سياحية"، عام 1426هـ، من مهرجان تيلي مندو للإعلانات عن فيلم "فيديو" أنتجته الهيئة عن الثقافة والتراث الوطني، وحصل الفيلم على الجائزة خلال احتفالين للمهرجان عقدا بالتزامن في ولايتي "ميامي" و"مكسيكو سيتي" بالولايات المتحدة الأمريكية.
- جائزة التميز عام 1431هـ للفيلم السياحي "تخيل" من مهرجان أوسكار الفيديو الدولي بالإسكندرية في مصر.
- جائزة مهرجان الأفلام السياحية "آرت أند تور" عام 1433هـ عن فيلم "الحجر.. مدينة الأنباط"

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

برامج العلاقات العامة



أربعة عشر: تنسيق الدعم الإعلامي للمناطق:

نظراً لارتباط الهيئة المباشر بجميع مناطق المملكة، ولوجود فروع للهيئة في تلك المناطق، عملت الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء منذ العام 1428هـ، على تقديم الدعم الإعلامي للمناطق من خلال الترويج الإعلامي للسياحة المحلية ومتابعة الفعاليات والمناسبات والمهرجانات السياحية التي تقام بالمناطق. وذلك بالتغطيات الحية والمباشرة لأنشطة الهيئة في المناطق عبر شبكة من المراسلين الصحفيين والإعلاميين المحترفين في كل منطقة، بهدف مساندة فروع الهيئة على التغطية الإعلامية للأنشطة السياحية التي تقام في المناطق على مدار العام، حيث أسست الهيئة قاعدة مميزة من الإعلاميين السياحيين في مناطق المملكة للقيام بتغطية المناسبات والأنشطة المتعلقة بالسياحة والتراث الوطني، والتعريف بالمواقع السياحية والتراثية في المناطق، والتحفيز على زيارتها من خلال التعاون مع فروع الهيئة ومجالس التنمية السياحية في المناطق.

خمسة عشر: ورش الإعلام السياحي في المناطق:

تنظم الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني ممثلة في الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء لقاءات بين عدد من الإعلاميين والمتخصصين في الإعلام السياحي على شكل (ورش عمل) متخصصة في الإعلام السياحي، وتقام هذه الورش في عدد من مناطق المملكة تحت شعارات مختلفة لمواكبة المستجدات السياحية، وقد ساهمت الهيئة من خلال هذه الورش التي بدأتها منذ العام 1428هـ، في جذب العديد من الصحفيين السعوديين بالمناطق لممارسة الإعلام السياحي، ما أدى إلى ارتفاع ملحوظ في عدد المواد الصحفية المنشورة عن السياحة والتراث الوطني بشكل عام، وتطور مستواها بما يحقق أهداف الهيئة في التنمية السياحية، ويعزز نشاط الإعلام السياحي في المناطق للتعريف بمقوماتها السياحية وما تخترنه من كنوز أثرية وتراثية، وتوصيل رسائل إيجابية للمجتمع عن البعد الحضاري للمملكة.

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

برامج العلاقات العامة

ستة عشر: برنامج "كتاب الرأي"

برنامج "كتاب الرأي" هو عبارة عن خدمة إلكترونية تقدم لقادة الرأي العام وكتاب الأعمدة والمقالات في الصحف اليومية والإلكترونية، وتهدف الهيئة من هذه الخدمة إلى تقديم المعلومات الصحيحة والإحصاءات الدقيقة والإجابات الوافية على استفساراتهم فيما يتعلق بالسياحة والتراث الوطني، وقد تم في عام 2015م تفعيل وتنشيط هذه الخدمة بشكل كبير، حيث بلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 500 مشترك، مع إرسال ما يقارب 50 نشرة إلكترونية سنوياً.

سبعة عشر: برنامج الوثائق والمواد الإعلامية

يعمل هذا البرنامج على إنتاج الوثائق والمواد الإعلامية عن السياحة في المملكة، إضافة إلى إصدارات الهيئة الدورية مثل مجلة «ترحال» الشهرية، ومجلة «سعودي فوجير» التي تصدر باللغة الإنجليزية، ونشرة «سياحة وتراث سعودية»، بالإضافة إلى الصفحات المتخصصة في عدد من الصحف المحلية.

ثمانية عشر: مكتبة الصور

تتمثل مهام «مكتبة الصور» التي أنشأتها الهيئة في توثيق وأرشفة الصور الفوتوغرافية ذات العلاقة بالسياحة والتراث الوطني في المملكة، وهي الآن تحتوي على ما يقارب «60» ألف صورة فوتوغرافية ذات جودة عالية، يتم استخدامها في المجلات المتخصصة والمطبوعات التسويقية والترويجية عن السياحة الداخلية، وإتاحتها للمستفيدين والمهتمين من وسائل الإعلام، ودور النشر. كما أن المكتبة تضم أكثر من «2000» مادة تلفزيونية عن السياحة والتراث الوطني.

تسعة عشر: النشرة البريدية

تعمل «النشرة البريدية» الخاصة بالفعاليات السياحية وأنشطة الهيئة على إيصال صوت الهيئة بطريقة إلكترونية احترافية للمسجلين في القوائم البريدية المتوفرة لدى الهيئة، لتوعية الجمهور بدورها سياحياً وتراثياً، وكذلك توصيل الرسائل المهمة التي ترغب الهيئة في توصيلها وشرحها للجمهور المستهدف، وقد تم تطوير هذه النشرة مؤخراً لتكون أكثر فعالية واحترافية، ويبلغ عدد المشتركين الذين ترسل لهم شهرياً حتى نهاية 2015م ما يقارب 40 ألف مشترك.

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

برامج العلاقات العامة

عشرون: لجنة للتواصل الداخلي

تم تشكيل «لجنة التواصل الداخلي» للاهتمام بالأنشطة الداخلية لمسؤولي ومسؤولات الهيئة من خلال إقامة النشاطات الترفيهية والاجتماعية الدورية. وتشرف اللجنة على إقامة دوري رياضي لكرة القدم تتنافس من خلاله قطاعات الهيئة الخمسة للفوز بكأس الهيئة الرياضي، إضافة إلى إقامة أنشطة اجتماعية نصف سنوية تشتمل على اجتماع ترفيهي وأنشطة اجتماعية وثقافية متنوعة.

واحد وعشرون: سلسلة التوثيق

يعتبر مشروع «توثيق جهود الهيئة في القطاعات والإدارات» من المشروعات الرائدة التي سبقت إليها الهيئة وتميزت بها بين الجهات الحكومية، حيث أصدرت الهيئة سلسلة شاملة من الكتب المتخصصة التي توثق تجارب القطاعات والإدارات منذ تأسيس الهيكل الإداري للهيئة عند إنشائها عام 1421هـ وحتى نهاية العام 1436هـ، وقد اشتمل هذا المشروع على «17» كتاباً تتميز كلها بهوية فنية موحدة تعكس هوية الهيئة التي تحرص على إبرازها في كل مطبوعاتها.

اثنان وعشرون: توزيع الإصدارات

تقوم الهيئة بإصدار العديد من المطبوعات المتخصصة في السياحة والتراث الوطني مثل المجلات والنشرات والكتب والبوسترات والأفلام لتوضيح الرسالة الإعلامية للهيئة، وإلقاء الضوء على دورها في تنمية السياحة والتراث الوطني، وتقوم الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء بتوزيعها على الشركاء من القطاعين الحكومي والخاص بشكل دوري، وتم خلال عام 2015م، إصدار وطباعة أكثر من نصف مليون مطبوعة متنوعة تم توزيعها على نطاق واسع من خلال الإدارة في الكثير من الفعاليات والمناسبات المحلية والدولية، بالإضافة إلى توصيلها إلى شركاء الهيئة والمهتمين والمسؤولين في القطاعات الحكومية والخاصة.

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

تعمل الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء على صياغة رؤية مستقبلية لعملها ونشاطها المتعدد وفقاً للرؤية المستقبلية الشاملة للهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، وهي رؤية تستند إلى مخزون كبير من الخبرات المترجمة في مجال السياحة والتراث الوطني، وتشتمل الرؤية المستقبلية للإدارة على تطوير عدد من آليات الاتصال والتواصل من الشركاء والمعنيين والمهتمين ووسائل الإعلام، ومن ذلك:

- تكثيف حملات العلاقات العامة الداخلية.
- متابعة التطورات السريعة والمتلاحقة في مجال علاقات الشركاء، والاستفادة منها وتوظيفها لخدمة قطاع السياحة والتراث الوطني.
- التوظيف الأمثل للاتجاهات الحديثة في مجالات الاتصال والتواصل.
- تطوير أدوات ووسائل الإدارة في مجالات الإعلام والعلاقات لتعزيز قناعة الجمهور المستهدف بمفاهيم ومنافع السياحة المحلية، والمردود الإيجابي لإعلاء قيم المحافظة على التراث الوطني وحمايته والاستفادة منه على المستويات المختلفة.

• رؤية الهيئة العامة
للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة
للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية
للإدارة العامة للإعلام
وعلاقات الشركاء



الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa



برنامج التطوير الشامل

شكراً لإنصاتكم

• رؤية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

• المهمة والأهداف

• مهام الإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

• برامج العلاقات العامة

• الرؤية المستقبلية للإدارة العامة للإعلام وعلاقات الشركاء

