

## إرشادات حول الإعلانات والمواد التسويقية

تتولى هيئة المعرفة والتنمية البشرية مسؤولية الارتقاء بجودة قطاعات التعليم والتعلم والتنمية البشرية في دبي، وتقدم الدعم لجميع أفراد المجتمع التعليمي الخاص من مدارس، وجامعات، وأولياء أمور، وطلبة، ومعلمين، ومستثمرين، وشركاء في القطاع الحكومي سعياً لبناء منظومة تعليمية متكاملة ينصبُّ اهتمامها على سعادة أفرادها وجودة حياتهم وتزدهر بها إمارة دبي.

ومن هذا المنطلق، وضعت هيئة المعرفة والتنمية البشرية مجموعة من الإرشادات للتأكد من تحلي **كافة** مزودي الخدمات التعليمية بالمسؤولية والموضوعية لدى إعدادهم للمعلومات التي يتعزمون نشرها في وسائل الإعلام، مما يحافظ على هذه المعلومات بعيدةً عن التضليل بكل أشكاله. كما يتمثل الغرض من استخدام هذه الإرشادات في الوصول إلى فهمٍ أفضل للجوانب التي يسعى الفريق للتحقق منها، عند استعراض ومراجعة الإعلانات والمواد التسويقية للمؤسسات التعليمية، ومن شأن ذلك ضمان سير عملية الموافقة بأكملها بسلاسة ويسر.

ينبغي تحميل كافة الإعلانات والمواد التسويقية ضمن بوابة الخدمات الإلكترونية للهيئة على شكل صورة أو نص مكتوب أو أي صيغة أخرى مناسبة للنشر.

### **الإعلانات/المواد الإعلانية:**

ستقوم الهيئة بمراجعة جميع أنواع الإعلانات والمواد التسويقية التابعة للمؤسسات التعليمية وتشمل - على سبيل المثال لا الحصر - ما يلي:

- الإعلانات في الصحف والمجلات والكُتبيات والنشرات والتعاميم، والرسائل البريدية، ورسائل البريد الإلكتروني، والرسائل النصية، ورسائل الفاكس، ومنشورات الدليل، وغيرها من المواد المطبوعة والإلكترونية، بما في ذلك موقع المؤسسة التعليمية وغيرها من المواقع ذات الصلة.
- الملصقات وغيرها من المواد الإعلانية الترويجية التي تظهر في الأماكن العامة، بما في ذلك الصور المتحركة.
- الإعلانات التجارية السينمائية والفيديوية.

- الإعلانات في وسائل الإعلام الإلكترونية الموجهة لشرائح محددة، بما في ذلك الإعلانات عبر الإنترنت (مثل الإعلانات التي تستخدم الأشرطة الإعلانية أو النوافذ المنبثقة في مواقع الإنترنت).
- العروض الترويجية للمبيعات.
- العروض الدعائية.
- الإعلانات التجارية عبر الإذاعة.
- الإعلانات التجارية عبر التلفزيون.
- البيانات الصحفية والمواد المرتبطة بالعلاقات العامة.
- منشورات وسائل التواصل الاجتماعي: على المؤسسات التعليمية التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي ضمن خطة حملاتها التسويقية، أن تحصل على موافقة الهيئة المسبقة. وفي حالة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لهذا الغرض بانتظام، عليها أن تراعي هذه الإرشادات عند تطوير المحتوى ونشره.
- أية مواد تسويقية أخرى لم يتم ذكرها فيما سبق.

### **ينبغي على المؤسسات التعليمية الالتزام بما يلي:**

1. يجب ألا تتعارض المواد المقدمة أو تُشكل إساءة لمبادئ الشريعة الإسلامية أو للهوية الوطنية لدولة الإمارات العربية المتحدة أو للثقافة السائدة في الدولة/ المنطقة.
2. يجب ألا يتسم الإعلان بالعنصرية أو الاستهداف السلبي لأي جاليةٍ أو جنسيةٍ داخل دولة الإمارات العربية المتحدة.
3. تتحمل المؤسسات التعليمية المسؤولية الرئيسية في ضمان قانونية إعلاناتها، وينبغي على كافة المواد الإعلانية الامتثال للقوانين المعمول بها في إمارة دبي ودولة الإمارات العربية المتحدة، وعدم تحريض أي شخصٍ كان على مخالفة هذه القوانين.

4. يجب ألا تتصف اللغة المستخدمة في المواد الإعلانية بالطابع الهجومي أو المُسيء بأي شكل كان. كما يجب استخدام لغة مناسبة وواضحة، ومُعبّرة عن نية المؤسسة التعليمية دون أي غموض. ويجب أن يكون هناك تحديداً واضح لكافة قنوات التواصل ضمن المواد المقدمة.
5. يحق لهيئة المعرفة والتنمية البشرية عدم الموافقة على أي نص يبدو طويلاً للغاية، أو يتسم بأي شكل من أشكال الغموض أو التعقيد. وفي حال احتواء المواد المقدمة على أية كلمات غريبة أو اصطلاحية أو مصطلحات قانونية أو اختصارات أو كلمات طويلة أو أسماء لأعلام غير معروفين، فيحق للهيئة أن تطلب من المؤسسة المعنية استبدال أو إيضاح هذه الكلمات لضمان فهم واستيعاب الناس لهذا الإعلان.
6. في الحالات التي تطلب فيها الهيئة من المؤسسة المعنية حذف أو إعادة كتابة كلماتٍ أو عبارات محددة، يجب الحرص على عدم تسبّب هذه العملية بتجزئ النص الكامل أو صعوبة فهمه.
7. يجب ألا تتشابه المواد التسويقية مع مواد الجهات الأخرى بدرجةٍ قد تؤدي إلى تضليل أو إرباك الناس.
8. عند تغيير حالة المؤسسة التعليمية على نحو يجعل الإعلان الذي حظي بالموافقة مُضللاً، فيجب القيام بتعديل أو إزالة كافة الإعلانات المتأثرة بذلك دون أي تأخير.
9. يجب على المؤسسات التعليمية المملوكة أو المرتبطة بشراكة أو المُدارة من مؤسسة تعليمية أخرى، أن تذكر إعلاناتها بوضوح كافة الروابط القائمة بين هذه المؤسسات.
10. تقع على عاتق المؤسسة التعليمية مسؤولية صحة كافة التفاصيل المذكورة في موادها الإعلانية. ويشمل ذلك ولا يقتصر على صحة العنوان وأرقام الهواتف وعناوين البريد الإلكتروني وأي معلومات أخرى تتعلق بالمؤسسة.
11. يجب أن تقدم المؤسسات التعليمية أدلة على أية ادعاءات تسوقها ضمن إعلاناتها أو موادها الإعلامية ذات الصلة، سواء كان ذلك بشكل مباشر أو ضمني (مثل جوائز حصلت عليها، أو ترتيبها ضمن تصنيفات معينة، أو كلمات شكر، أو تعاونها مع مؤسسات أخرى). وسيتم تقييم مدى كفاية الأدلة في دعمها لكل من الادعاءات المفصلة والانطباع العام الذي تركه الإعلان.

12. يجب أن تشتمل ادعاءاتٌ مثل الجوائز والترتيب وكلمات الشكر وعلاقات التعاون على تواريخ تحقيقها وجداولها الزمنية .

13. يُسَمَّح بالادعاءات القائمة على المقارنة عندما تصب في مصلحة المنافسة والمعلومات العامة والإبداع. ومع ذلك فلن تتم الموافقة على أي ادعاءات أو تعليقات تحط من قدر مؤسسة تعليمية أخرى أو تشوه سمعتها أو تهاجمها بغير حق. ويجب أن تقوم كافة ادعاءات المقارنة على الأدلة، كما ينبغي ألا تُضلل الجمهور.

14. يجب على المؤسسات التعليمية الراغبة في إدراج شهادات تزكية ضمن إعلاناتها، أن تُقدم دليلاً على منحها الإذن للقيام بذلك.

15. لا يمكن اعتبار كلمات التزكية بمفردها حقيقة مطلقة، حيث يجب دعمها عند اللزوم بأدلةٍ مستقلةٍ تؤكد دقتها.

16. ينبغي على المؤسسات التعليمية عدم نشر أية علامة ثقة أو علامة جودة أو ما يعادلها، ما لم تحصل على الموافقات المطلوبة. ولا ينبغي على أية مؤسسةٍ تعليمية (أو أية جهةٍ أخرى تظهر في إعلاناتها) أن تدَّعي حصولها على موافقة أو اعتماد أو ترخيص جهة حكومية أو خاصة في إعلاناتها، ما لم تحصل على الإذن المناسب للقيام بذلك.

17. ينبغي أن تحتوي الرسائل التسويقية التي تُرسل عبر الهواتف المتحركة والبريد الإلكتروني على خيار طلب إيقاف الاستلام.

18. ينبغي أن تكون الدورات والبرامج والمناهج التعليمية الواردة في المواد الإعلانية معتمدة من هيئة المعرفة و/أو حاصلة على موافقتها.

19. لا يمكن استخدام المسابقات التي تؤدي إلى تقديم جوائز أو مزايا أو هدايا مرتبطة بأنماط الحياة، في تشجيع الطلبة على التسجيل ضمن المؤسسة التعليمية. ولا تسمح هيئة المعرفة بإجراء أي شكل من أشكال السحب أو القرعة، من شأنه تشجيع الطلبة بشكل مباشر على التسجيل ضمن المؤسسة التعليمية. ويستثنى من ذلك المنح الدراسية والمساعدات المالية الأخرى.

20. تستطيع المدارس والجامعات أن تتشارك مع المجتمع التقارير الخاصة بتقييم أدائها والصادرة عن جهاز الرقابة المدرسية (DSIB) أو منظومة تصنيف فروع الجامعات الدولية بدي (HEC) وذلك من خلال موقعها الإلكتروني أو أي شكل آخر من أشكال التواصل. للمزيد من التفاصيل الرجاء الاطلاع على [إرشادات منظومة تصنيف فروع الجامعات الدولية بدي](#).

21. تتحمل المؤسسة التعليمية المسؤولية الكاملة عن جميع الإعلانات، و بالنسبة للجامعات يجب ألا تحوي هذه الإعلانات أية إشارة إلى المستثمر أو الشركة المقدمة لخدمات الإدارة التعليمية.

22. لا يسمح للمؤسسات التعليمية باستخدام اسم مديرها في الإعلانات قبل موافقة هيئة المعرفة على تعيينه.  
23. يجب أن يتم في إعلانات التحاق الطلبة بالمؤسسات التعليمية (الجديدة أو القائمة حالياً) التي تمتلك مبانٍ قيد الإنشاء أو غير جاهزة بعد للاستخدام لأي سبب كان، استخدام العبارة التالية لإخلاء المسؤولية: "يخضع الافتتاح وبدء العمليات لاستكمال المبنى وللموافقة النهائية من هيئة المعرفة".

24. يحق لهيئة المعرفة والتنمية البشرية في طلب التغييرات أو إدراج "إخلاء مسؤولية" في الإعلانات/ المواد الإعلانية، بحسب الحاجة.

25. عند رغبة مؤسسة التعليم العالي الفرع بالإعلان عن أي برامج يتم تقديمها خارج دبي، فيجب على المادة الإعلانية أن تُنوّه إلى أن هذه البرامج تُقدّم خارج الإمارة، وأن هيئة المعرفة والتنمية البشرية لا تتحمل أية مسؤولية عنها.

### **شعار هيئة المعرفة:**

لا يمكن استخدام شعار هيئة المعرفة في أية رسالة/إعلان. وفي حال رَغبت المؤسسة التعليمية بالإشارة إلى أنها حاصلة على تصريح أو موافقة من هيئة المعرفة، فيكفي استخدام العبارة الآتية: هذه المؤسسة حاصلة على موافقة وتصريح من هيئة المعرفة والتنمية البشرية.

## لا تتطلب الإعلانات التالية موافقة هيئة المعرفة:

1. الإعلانات التي لا تهدف مباشرة إلى استقطاب الطلبة للتسجيل في المؤسسة التعليمية (إعلانات الشركات، الرسائل الخيرية).
2. إعلانات طلب موظفين.
3. الإعلانات التي تشيد بإنجازات الطلبة.
4. الرسائل ذات الصفة الوطنية (مثل الرسائل الاحتفالية في المناسبات الوطنية، الإعلانات التي تدعم القضايا المحلية، التعزية/الحداد).

وفي حال احتوت الإعلانات السابقة على وصفٍ للمؤسسة التعليمية، أو إشارة إلى أرقام ذات صلة بالمشهد التعليمي وينبغي التحقق منها، فيجب عندها الحصول على موافقة هيئة المعرفة.

## صلاحية الموافقة:

تبقى الموافقة على الإعلانات سارية المفعول مدة ثلاثة أشهر من تاريخ إصدارها، ما لم يطرأ أي تغيير على محتوى الإعلان.

## عدم الالتزام:

قد يؤدي عدم الالتزام بهذه الإرشادات إلى العمل بالإجراءات التالية:

- سحب الإعلان.
- سحب الإعلان وإحلال آخر مكانه، وإعلام الجمهور بأن المؤسسة أصدرت في السابق إعلاناً اتسم بالتضليل، وجرى الآن إحلال نسخةٍ أخرى صحيحة مكانه.
- اتخاذ أي تدابير أخرى تعتبرها الهيئة ضرورية، بما يتماشى مع القرارات/الإرشادات الحالية.