



## سياسة استرداد رسوم مقدم الطلب

رقم الوثيقة	: 01082012B
تاريخ النفاذ	: 2016\08\01
تاريخ المراجعة الاخير	: 2016\08\01
المالك	: النائب الرئيس الاول للتسجيل
ملخص	: تشرح هذه السياسة اجراءات استرداد الرسوم الخاصة بجامعة University of the People

### بيان السياسة

تهدف هذه السياسة إلى وصف الآليات المتعلقة باسترداد الرسوم التي يدفعها الطلاب ومقدمي الطلب إلى جامعة ("University of the People"). يجب أن تقرأ هذه السياسة في إطار سياسات الجامعة للمساعدات المالية ودفعات الأقساط حيث ماكان ذلك مناسباً.

### رسوم الجامعة واجراءات الاسترداد

إن جامعة University of the People هي مؤسسة غير ربحية ولا تفرض رسوم فصلية أو سنوية. ومع ذلك ، يُطلب من المتقدمين والطلاب دفع رسوم رمزية لإجراءات طلبات التقديم والامتحانات. تغطي رسوم هذه الإجراءات تكاليف الخدمات التعليمية التي تقدمها المؤسسة.

#### 1. رسوم تقديم الطلب

إن رسوم تقديم الطلب للجامعة هي 60 دولار أمريكي غير مستردة.

#### 2. شروط الاسترداد

يمكن أن يقوم مقدمي طلب التقديم بكتابة رسالة رسمية إلى مرشد القبول يطلبون فيها استرداد الرسوم في حال قاموا بسحب طلب الالتحاق قبل صدور قرار القبول.

#### 3. إجراءات الإستراداد :

سيقوم مدير استشارات البرنامج بتقييم الطلب وفقاً لتقديراته. وسيتم رد/اعادة المبالغ المستردة إلى مقدم الطلب خلال 30 يوماً من تاريخ إرسال الطلب الرسمي بنفس طريقة الدفع التي أجراها.



## سياسة العلامة التجارية

رقم الوثيقة	01082015 :
المالك	: تـل ساشاروف ، مدير التسويق
تاريخ النفاذ	2016\01\04 :
تاريخ المراجعة الاخير	2016\01\04 :
ملخص	: تهدف سياسة العلامة التجارية الى دعم وحماية نزاهة الهوية المرئية للجامعة, و ضمان ثبات ودعم سمعة جامعة University of the People المتنامية .

### أولاً: بيان السياسة

تواصل جامعة ("University of the People") جهودها لتطوير صورة موحدة ، وزيادة رؤية الجامعة ودعم سمعتها المتزايدة من خلال تقديم سياسة العلامة التجارية .

تم استثمار الكثير من العمل في تعريف قوة الجامعة وما تقدمه لطلابها ومكوناتها الخارجية. فقد تم دمج نقاط القوة هذه في مجموعة من الرسائل التي تهدف إلى التعبير عن قصة ورؤية جامعة (University of the People). يجب تعزيز هذه الرسائل على أساس مستمر في أنشطة الاتصال ضمن جميع كيانات الجامعة ، سواء في المنشورات أو مواقع الويب أو الخطابات أو المقالات الإعلامية.

تتضمن الهوية الرسومية لجامعة (University of the People) الشعار الرسمي أو الرمز أو صورة الجامعة ، سواء تم استخدامها في موقعها الإلكتروني أو في أي اتصال إلكتروني أو مادي.

تحدد هذه السياسة الاستخدام المعتمد لشعار الجامعة في الاتصالات سواء كانت ذات شكل مطبوع او صفحة ويب او إلكترونية . إن الالتزام بهذه الإرشادات سيحمي سلامة هويتنا المرئية ويضمن اتساق اتصالاتنا ، وبالتالي تعزيز سمعتنا.

تعتبر قوة صورة جامعة University of the People والسمعة التي لا تشوبها شائبة أمر حاسم لقدرتها على تحقيق العديد من أهداف الخطة الاستراتيجية ، ولا سيما توظيف الطلاب المتفوقين وأعضاء هيئة التدريس والموظفين ، والنجاح في جمع التبرعات الخاصة والعامة.



UNIVERSITY  
OF THE PEOPLE  
Tuition-Free Online University

يتم تعزيز صورة الجامعة من قبل أي شخص يزور موقع الجامعة , أو يقرأ المنشورات أو يستمع إلى خطاب أو يقرأ مقالة جديدة. يعد دعم جميع وحدات الجامعة مهم لجهودنا من أجل ضمان إدراك مختلف مكوناتنا لنقاط قوتنا وفهم هدفنا ورؤيتنا. و تعد قدرتنا على بناء هوية واضحة ومتسقة والمحافظة عليها أمرًا أساسيًا للحفاظ على مكانة الجامعة الريادية كأول جامعة غير ربحية عبر الإنترنت في العالم ، مما يوفر لجميع الطلاب المستحقين في جميع أنحاء العالم. إمكانية الوصول إلى تعليم عالي الجودة .

### ثانيا : التعريفات

الشارة- شارة الجامعة عبارة عن رسم يتكون من ثلاثة عناصر ، الدرع يحيط به بشريط يظهر عليه الاسم المختصر "الجامعة University of the People " ، والاسم الكامل وشعار " جامعة غير ربحية ولا تفرض رسوم فصلية أو سنوية "

مجموعة الأعمال – تتضمن مجموعة الأعمال على الترويسة الرسمية ، ومظروف ، و تصاميم كل من العرض و بطاقة عمل.

### ثالثا : شارة جامعة University of the People



UNIVERSITY  
OF THE PEOPLE  
Tuition-Free Online University

Aya Fuqha

Office Manager for UoPeople in Arabic

[Aya.Fuqha@ar.uopeople.edu](mailto:Aya.Fuqha@ar.uopeople.edu)

[www.UoPeople.edu](http://www.UoPeople.edu)



الشارة الرسمية هي الهوية الرسومية للجامعة. تتضمن الشارة رمز (الدرع العالمي والشريط) و شعار جامعة ( University of the People of the People و سطر الوصف (" جامعة عبر الانترنت غير ربحية ") بالإضافة إلى الاسم الكامل والموقع وعنوان البريد الإلكتروني وعنوان صفحة الويب University of the People ،ومن الواجب ان تضمين الروابط النشطة أدناه ، والتي تشير إلى صفحات LinkedIn و Facebook و Twitter و youtube وصفحات google+. و يجب استخدام التوقيع دائما في الاتصالات الرسمية.

يجب عدم تغيير شارة الجامعة وملحقات العلامة التجارية بأي شكل من الأشكال من أجل حماية سلامة العلامة التجارية .

لا يجب الجمع بين شعار الجامعة وشعارات أخرى ، إلا إذا تمت الموافقة على برنامج من خلال منتدى الرئيس بشكل استثنائي . و يجب عدم إنشاء شعارات أخرى للأقسام والمراكز والمكاتب أو البرامج والمشاريع الخاصة في حال كانت هذه الشعارات تستند إلى شعار الجامعة أو إذا كانت شعارات جديدة تمامًا.

عندما يتم تخفيض أو توسيع شعار الجامعة ، يجب الحفاظ على تناسب الحجم . و لكن من الممكن استخدام الشعار الذي يقل عرضه عن بوصة واحدة في حالات نادرة تستلزم ذلك فقط . و بالنسبة لمواد الطباعة ، يجب استخدام الإصدار عالي الدقة من



UNIVERSITY  
OF THE PEOPLE  
Tuition-Free Online University

الشعار فقط ، ولا تستخدم ابدا النسخ التي يتم مسحها ضوئياً أو ذات الدقة المنخفضة. تتوفر ملفات إلكترونية عالية الدقة لشعار الجامعي عبر صفحة تواصل الويب University of the People على الموقع الإلكتروني : [UoPeople.edu](http://UoPeople.edu) .  
يطلب من جميع الأقسام اتباع إرشادات صفحة الويب University of the People للرسم البياني والعلامات التجارية فيما يخص المواد المطبوعة والإلكترونية.  
يمكن الاطلاع على إرشادات محددة لاستخدام العلامة التجارية للجامعة على الموقع الإلكتروني : [outreach@UoPeople.edu](mailto:outreach@UoPeople.edu) .

#### رابعاً : اسم الجامعة

عند الإشارة إلى الجامعة ، يمكن استخدام " University of the People " (وليس UoP أو أي اشتقاق آخر للنماذج المعتمدة أعلاه).

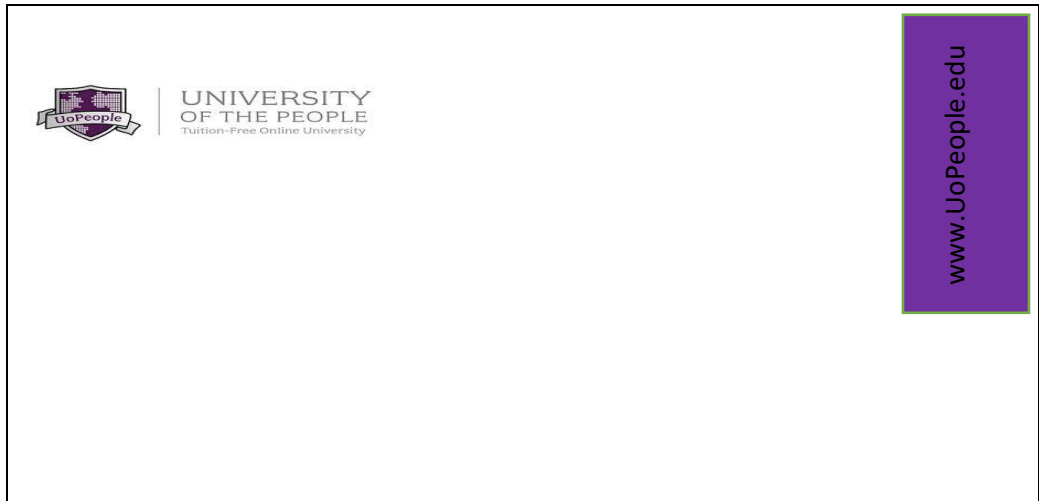
#### خامساً: مجموعة الأعمال: الترويسة والمغلفات والعروض التقديمية وبطاقات العمل وختم الحرم الجامعي

تعتبر رسائل الجامعة شكل بارز من أشكال التواصل ، ومن المهم أن ترسل رسائل متسقة بصرياً.  
تحافظ النماذج المشتركة للترويسة والمغلف والعروض التقديمية و بطاقة العمل على الوحدة البصرية و إيصال المعلومات بوضوح. تحتوي الرسالة ذات الترويسة كما هو موضح أدناه ، على شارة الجامعة في الزاوية العلوية اليسرى وموقع الجامعة الإلكتروني على اليمين.

يجب إرسال نسخ رقمية من الترويسة على شكل pdf

فيما يلي أمثلة معتمدة على ترويسة للمراسلات الخارجية والمذكرات الداخلية.

#### ترويسة رسمية (مراسلات خارجية)



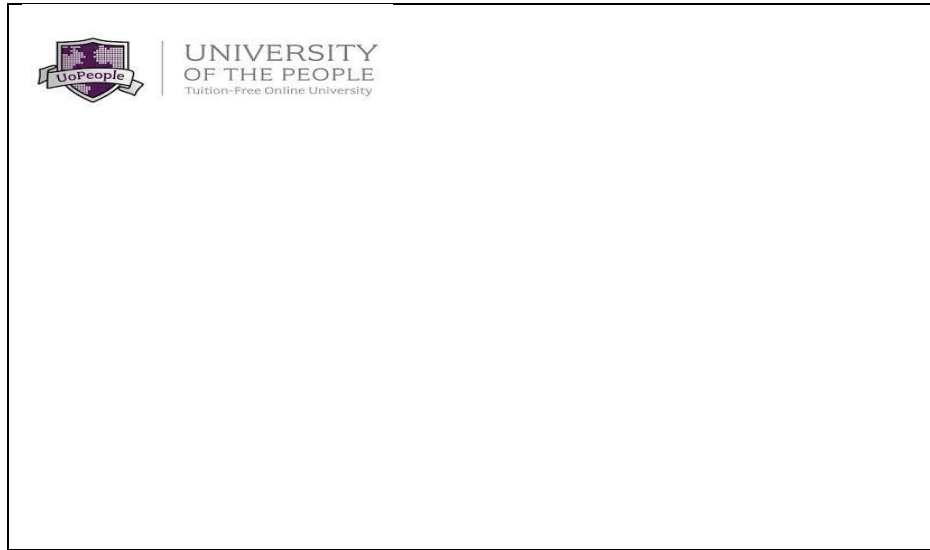


UNIVERSITY  
OF THE PEOPLE  
Tuition-Free Online University

## ختم الحرم الجامعي

يجب استخدام ختم الحرم الجامعي فقط من قبل مكتب الرئيس أو مكتب المسجل، على الوثائق الرسمية أو للمناسبات الرسمية مثل التخرج. ختم الجامعة موجود أدناه.

## مذكرات داخلية:



## سادسا: الملصقات البريدية الخاصة بالجامعة، النماذج، واتصالات متنوعة

يجب أن يظهر توقيع الجامعة على جميع قطع المراسلات الداخلية والخارجية ، بما في ذلك الملصقات البريدية والنماذج والمغلفات الخاصة وعلامات الأسماء وغيرها من العناصر. سيساعد مصممو الجرافيك في الجامعة الأقسام في تصميم هذه العناصر. مطلوب موافقة الفريق الاعلامي قبل استخدام أي عنصر ذي علامة تجارية.

## سابعا: المراسلات الجامعية

يجب أن يظهر شعار الجامعة على جميع المراسلات الجامعية المطبوعة والإلكترونية. هناك العديد من الطرق لدمج التوقيع في التصميم الجرافيكي على الغلاف الأمامي أو الخلفي. لا يجوز تجميل التوقيع أو تغييره بأي شكل من الأشكال.



## ثامنا: الموقع الالكتروني

يجب استخدام نموذج الويب الذي يحمل علامة جامعة University of the People لجميع صفحات الويب الخاصة بالوحدات المعينة على أنها علامات تجارية أساسية أو ملحقات للعلامة التجارية. الوحدات التي تحمل توقيع علامة تجارية فرعية غير مطلوبة لاستخدام نماذج الويب ذات العلامات التجارية.

تتم إدارة جميع المواقع الإلكترونية للجامعة من قبل قسم التسويق في جامعة University of the People. تتطلب أي علامة تجارية منشورة على مواقع الجامعة موافقة دائرة الاعلام.

قسم التسويق في جامعة University of the People مسؤول عن تصميم وإدارة برنامج العلامة التجارية على الويب. بالإضافة إلى توفير نماذج الويب، يتحمل قسم التسويق في جامعة University of the People مسؤولية مراجعة جميع تصميمات مواقع الويب والموافقة عليها قبل نشرها علناً.

يجب الاتصال بقسم التسويق في جامعة University of the People في وقت مبكر من عملية تطوير الويب للتأكد من أن خطط التصميم تلي معايير الويب ذات العلامات التجارية.

يمكن الحصول على معلومات العلامة التجارية على الويب والمساعدة في كيفية استخدام النماذج من خلال قسم التسويق في جامعة University of the People. تتوفر نماذج الويب وموارد العلامات التجارية الأخرى على الويب من قسم التسويق في جامعة

University of the People على الموقع الإلكتروني [Communications@UoPeople.edu](mailto:Communications@UoPeople.edu)

## تاسعا: مقاطع الفيديو

يجب أن يتم إنتاج مقاطع الفيديو الجامعية من قبل بائع تمت الموافقة عليه من قبل قسم التسويق. يجب أن يستخدم محتوى الفيديو نموذجًا معتمدًا، بما في ذلك "مقدمة" تتميز بشعار الجامعة. يجب الاتصال بقسم التسويق في جامعة University of the People في وقت مبكر من عملية إنتاج الفيديو للتأكد من أن خطط التصميم تلي معايير الويب ذات العلامات التجارية. انظر المثال:

<https://www.youtube.com/watch?v=jCkFEXQgBN4>