

سياسة حقوق الملكية الفكرية للمنتجات

مقدمة

تعتبر السياسات في أي منظمة العمود الفقري في تسيير أعمالها بين وحداتها الإدارية الداخلية ومع الجهات الخارجية، ومع الجمهور من المستفيدين، الموردین، وغيرهم، ولذلك تولي المنظمات على مختلف أنشطتها اهتماماً كبيراً بتطبيق السياسات لما لها من أثر فعال على كفاءة الأداء وتحقيق الأهداف التنظيمية.

ومن هذا المنطلق؛ جاء اهتمام المؤسسة بإعداد عدد من السياسات وذلك لتحقيق المستهدفات في مجالات عملها والتكامل مع الجهات الرقابية المختصة، من خلال اتباع معايير واضحة للمسؤولية في جميع المستويات التنفيذية للتقيد بالسياسات والخطط والأنظمة واللوائح المعتمدة، وإيجاد تنظيم يعمل على توحيد الممارسات في تطبيق الالتزامات النظامية وإتباع الممارسات الرائدة في مجال الحوكمة بهدف التميز في الأداء والاستمرارية والاستدامة في الأعمال ويساعد على تحقيق رسالة المؤسسة، ومنها " سياسة حقوق الملكية الفكرية للمنتجات".

سياسة حقوق الملكية الفكرية للمنتجات

ضوابط إعداد المنتجات:

1. أن يكون منتجاً أصيلاً لم يسبق إعداده أو نشره في أي جهة وبأية وسيلة نشر.
2. أي منتج يعاد نشره يلزم إثبات مبررات وفوائد إعادة نشره، وتُتخذ كافة الإجراءات النظامية لهذا الإجراء.
3. يتم التعاقد مع جهة مختصة بمجال المنتج، ويشترط على الجهة التعاقد مع متخصصين أو ممارسين في مجال المنتج.
4. إذا كان المنتج معرفي فالشريك ملزم بإرفاق السيرة الذاتية للباحثين وأي مستندات تطلبها المؤسسة.
5. يلتزم الشريك المعد للمنتج تقديم عرضاً فنياً يوضح فيه الجوانب الفنية للمنتج.
6. يتعهد الشريك بحفظ حقوق الملكية الفكرية عند إعداد المنتج، فيتم الالتزام بما يلي:
 - عدم الاعتداء على بيانات أو أفكار أو نتائج منشورة بأسماء آخرين ونسبتها لغير أصحابها.
 - توثيق المصادر والمراجع المعتمدة في إعداد الدراسات والبحوث والمنتجات المعرفية.
 - أخذ الموافقات من الجهات الرسمية في الدراسات الميدانية.
7. تلتزم الوحدات الإدارية بالمؤسسة بالمحافظة على الحقوق الفكرية للمؤسسة وذلك بالاتفاق مع الشريك حول نوع ملكية المؤسسة للمنتجات (وقفية، ملكية كاملة، ملكية جزئية ... إلخ).
8. تتفق المؤسسة والجهة المعدة للمنتج على نوعية الملكية وطبيعتها وحقوق الملكية والنشر، على أن يكون ضمن عقد الشراكة.
9. إذا كان المنتج معرفياً فيلتزم الشريك باستخراج التقييم الدولي الموحد "ردمك" ISBN في حال تم الاتفاق على ذلك مع المؤسسة، وإفادة المؤسسة ببيانات الترسيم بإحدى وسائل الاتصال الرسمية.
10. إيداع عدد من النسخ بالمكتبات الوطنية إذا كان المنتج معرفياً من قبل الشريك.
11. يلتزم الشريك بظهور شعارات كافة المؤسسات المانحة في حال كان المنتج بالشراكة مع مؤسسات مانحة أخرى.
12. يكون إعداد المنتجات المعرفية وفق أفضل الممارسات الإخراجية ويجب توضيحها في العرض الفني.
13. يلتزم الشريك بإعداد التقارير والمواد المرئية والمسموعة وفق المواصفات المعتمدة لدى المؤسسة.

ضوابط الاعتماد للمنتجات:

1. يعتمد الأمين العام أو من يخوله المنتجات وفق السياسات والمواصفات المتفق عليها مع الشريك وهو ملزم بإجراء التعديلات إن وجدت.
2. يحق للمؤسسة إيقاف إصدار المنتج أو إعادة تكليف شريك آخر للقيام بإعداده متى ما لاحظت وجود انحراف في المواصفات المتفق عليها.
3. على الشريك إجراء التعديلات المطلوبة من المؤسسة والالتزام بالمدة المتفق عليها في الوثيقة.
4. ترتبط الدفعة المالية المتعلقة بتسليم المنتجات باعتمادها من الإدارات المعنية في المؤسسة وينص على ذلك في عقد الشراكة.
5. يلتزم الشريك بتسليم المؤسسة عدد النسخ المتفق عليها في عقد الشراكة، كما يلتزم الشريك بتوزيع المنتج على قائمة الجهات والأفراد التي يتم تزويدها بها من قبل المؤسسة.

النشر للمنتج:

1. للمؤسسة الحق الكامل في نشر المنتج كاملاً أو أجزاء منه بوسيلة نشر أو أكثر من وسيلة ولجهة محددة أو أكثر من جهة، ولها الحق في إعادة نشره في سنوات مختلفة.
2. يلتزم الشريك بالاسم الكامل للمؤسسة في النشر الإعلامي (مؤسسة عبد الله بن إبراهيم السبيعي الخيرية).
3. يلتزم الشريك بإبراز شعار المؤسسة والمحافظة على أبعاده وألوانه، على أن يستلمه بصفة رسمية من إدارة العلاقات العامة والإعلام في المؤسسة.

حفظ المنتج المعرفي:

1. تقوم إدارات المؤسسة بتسليم الإدارات ذات العلاقة نسخاً إلكترونية وورقية من المنتج لحفظها وأرشفتها.
2. تلتزم الإدارة المعنية بإيداع المنتج بالمستودع الرقمي للمؤسسة.

