# مدير إدارة التسويق

## الشروط العامة:

- أن يكون المتقدم حاصلاً على الدرجة العلمية المحددة للتخصص المراد التقديم عليه من الجامعات السعودية أو الجامعات الموصى بها من قبل وزارة التعليم (**بعد إرفاق إثبات معادلةالشهادة من وزارة التعليم**).
- أن يكون المتقدم حاصلاً على تقدير **جيد** فما فوق في درجة البكالوريوس والدبلوم.
- أن تكون الدراسة لجميع المؤهلات الجامعية بنظام **الانتظام الكلي**.
- أن يجتاز المقابلة الشخصية.

## الهدف العام من الوظيفة

يتولى مسؤولية قيادة وتطوير وتنفيذ الاستراتيجيات وخطط التسويق، بما يسهم في تعزيز الهوية المؤسسية، وزيادة الوعي بالبرامج الأكاديمية والخدمات التعليمية، وبناء صورة ذهنية إيجابية لدى المستفيدين والمجتمع.

## المؤهلات العلمية المطلوبة

- درجة البكالوريوس في التسويق، إدارة الأعمال، الاتصال والإعلام، أو تخصص ذي صلة.

## الخبرات:

- خبرة لا تقل عن ٥ سنوات في مجال التسويق، ويفضل أن تكون سنتين منها على الأقل في وظيفة إشرافيه في مجال التسويق.
- يفضل وجود خبرة في قطاع التعليم العالي أو المؤسسات التعليمية.
- خبرة في إدارة الحملات التسويقية الرقمية والتقليدية وقياس نتائجها.
- خبرة في إدارة الفرق والميزانيات والموردين وشركاء التسويق.

## المهام والمسؤوليات الرئيسية:

- إعداد وتطوير الاستراتيجية والخطة السنوية للتسويق بما يتوافق مع الأهداف الاستراتيجية.
- وضع وتنفيذ خطط التسويق للبرامج الأكاديمية والمبادرات والفعاليات.
- إدارة الحملات التسويقية والإعلانية.
- الإشراف على التسويق الرقمي وإدارة المحتوى عبر الموقع الإلكتروني ومنصات التواصل الاجتماعي والقنوات الرقمية.
- تطوير الهوية والصورة الذهنية، والمحافظة على اتساق الرسائل التسويقية في جميع القنوات.
- دراسة السوق والمنافسين وتحليل توجهات المستفيدين واحتياجاتهم والاستفادة من النتائج في تطوير الخطط التسويقية.
- إدارة الحملات الإعلانية وقياس فعاليتها وتحليل العائد من التسويق.
- إعداد المحتوى التسويقي والإشراف على إنتاج المواد البصرية والسمعية.
- الإشراف على الفعاليات والمعارض والأنشطة المختلفة.
- إدارة العلاقات مع وكالات الإعلان وشركات التسويق والموردين الخارجيين ومتابعة جودة الخدمات المقدمة.
- إعداد التقارير الدورية عن أداء الحملات التسويقية ومؤشرات الأداء.

- إدارة فريق التسويق وتوزيع المهام ومتابعة الأداء وتطوير مهارات الموظفين.
- إدارة ميزانية التسويق ومتابعة المصروفات وفق الخطط والسياسات المعتمدة.
- اقتراح مبادرات وأفكار تسويقية مبتكرة لتعزيز القدرة التنافسية.
- متابعة الاتجاهات الحديثة في التسويق التعليمي والتسويق الرقمي وتوظيفها بما يخدم الأهداف.