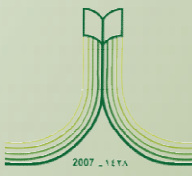


الدليل التعريفي لبرنامج بكالوريوس التسويق

بسم الله الرحمن الرحيم

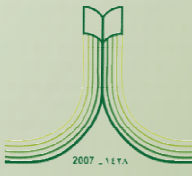
الإصدار الثاني معتمد في: مجلس قسم التسويق
الجلسة الخامسة عشر بتاريخ 21 - 06 - 2026



المحتويات



03	 كلمة رئيس القسم
04	 رؤية، رسالة وأهداف برنامج التسويق
05	 نواتج التعلم للبرنامج
06	 الوظائف والمهن التي يؤهل إليها الطالب
07	 الهيكل التنظيمي
08	 أعضاء هيئة التدريس
09	 نظام الدراسة بالبرنامج
10	 الخطة الدراسية للبرنامج
11	 متطلبات القبول على البرنامج
12	 خصائص خريجي جامعة الحدود الشمالية



كلمة رئيس القسم



رئيس قسم التسويق

د. هلال حسين بلال
علي

الحمد لله وكفى، والصلاة والسلام على النبي المصطفى، وبعد؛

يسعدنا أن نرحب بكم في قسم التسويق بكلية إدارة الأعمال بجامعة الحدود الشمالية. لقد جاء تأسيس هذا القسم استجابةً للمتطلبات المتنامية من قبل أبنائنا وبناتنا الطلاب للالتحاق بهذا التخصص الحيوي، وتلبيةً للاحتياجات المتجددة لمنظمات الأعمال في سوق العمل المحلي والإقليمي.

إن رسالتنا تركز على إمداد القطاعين العام والخاص بكوادر وطنية مؤهلة ومتميزة علمياً ومهنياً. ولتحقيق ذلك، حرصنا على تطوير خطة برنامج التسويق لتشمل مقررات دراسية شاملة ومتنوعة، تضمن تمكين الطلاب من استيعاب المفاهيم التسويقية الحديثة، وتنمية مهاراتهم التطبيقية ليكونوا قادرين على مواجهة تحديات القرن الحادي والعشرين، والتعامل بكفاءة مع المتغيرات المتسارعة في بيئة الأعمال وسوق العمل السعودي بصفة خاصة.

واليوم، يفخر قسم التسويق بكونه أحد أهم الأقسام الأكاديمية وأكثرها تميزاً على مستوى كلية إدارة الأعمال والجامعة. ومن هذا المنطلق، نواصل جهودنا الحثيثة لاستقطاب نخبة من الكفاءات المتميزة في هيئة التدريس، سعياً لتجويد العملية التعليمية والارتقاء بها وفق أعلى معايير الجودة والاعتماد الأكاديمي المحلي والعالمي.

عن قسم التسويق

تم إنشاء كلية إدارة الأعمال عام 1429هـ بموجب التوجيه السامي رقم 5150/م ب بتاريخ 3/7/1429هـ والمتضمن موافقة خادم الحرمين الشريفين رئيس مجلس الوزراء ورئيس مجلس التعليم العالي على إنشائه. تم إنشاء قسم التسويق بكلية إدارة الأعمال بهدف تزويد سوق العمل بالطلاب والطالبات الخريجين والمؤهلين والمتخصصين في هذا المجال الذي يعد من أهم مجالات العلوم الإدارية، ويمنح قسم التسويق عدة برامج تتمثل في: درجة البكالوريوس في التسويق (طلاب/ طالبات)، بكالوريوس إدارة سلاسل الامداد (طلاب/ طالبات)، ماجستير تسويق رقمي (طلاب/ طالبات)

رؤية قسم التسويق

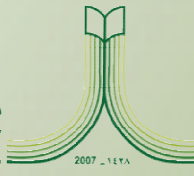
التميز في مجال تعليم التسويق والبحث العلمي وتنمية المجتمع على مستوى المنطقة والمملكة.

رسالة برنامج بكالوريوس التسويق

إعداد طلبة ذوي قدرات علمية وبحثية في مجال التسويق قادرين على المساهمة في التنمية المستدامة وخدمة المجتمع.

أهداف برنامج بكالوريوس التسويق

- إكساب الطلاب المعارف والمهارات في جميع الجوانب والقضايا المتعلقة بالتسويق.
- تطوير القدرات البحثية لأعضاء هيئة التدريس والطلاب في مجال التسويق.
- بناء علاقات مؤثرة ومستمرة مع المجتمع المحلي عن طريق الشراكات.
- ترسيخ القيم لدى الطلاب لإعدادهم لحياة مهنية ناجحة في مجال التسويق.



نواتج التعلم لبرنامج التسويق

المعرفة والفهم

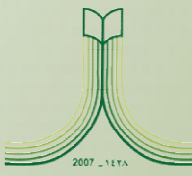
- 1ع: يفهم النظريات والأساليب ذات الصلة بمختلف المجالات المتعلقة بتخصص التسويق والمجالات المرتبطة (العلوم المالية والإدارية والكمية والقانونية)
- 2ع: يستعرض ممارسات التسويق ودورها في تحقيق الرؤية والأهداف.
- 3ع: يختار المزيج التسويقي المناسب للمنظمة بناءً على البحوث التسويقية ودراسة السوق.
- 4ع: يعرف الأساليب الفنية والتحليلية والإبداعية في مجال التسويق التي تعبر أساسية لحل المشكلات واتخاذ القرارات المناسبة.

المهارات

- 1م: جمع وتحليل وتفسير البيانات المتعلقة بأنشطة التسويق لتقييم أنشطة ومعالجة المعلومات والمفاهيم والأدلة الجديدة من مجموعة من المصادر، وتطبيق الاستنتاجات في إدارة المنظومات وهيكلتها بشكل فعال عند حل المشكلات.
- 2م: يصمم خطة تسويقية متكاملة تحقق أهداف المنظمة.
- 3م: يحلل سلوكيات المستهلكين واحتياجاتهم.
- 4م: ينفذ البحوث والدراسات التسويقية.

القيم والاستقلالية والمسؤولية

- 1ق: يلتزم بأخلاقيات مهنة التسويق.
- 2ق: يتعامل مع أصحاب المصلحة بمصادقية وشفافية.
- 3ق: يشارك بشكل فعال في العمل الجماعي وتطوير المجتمع.



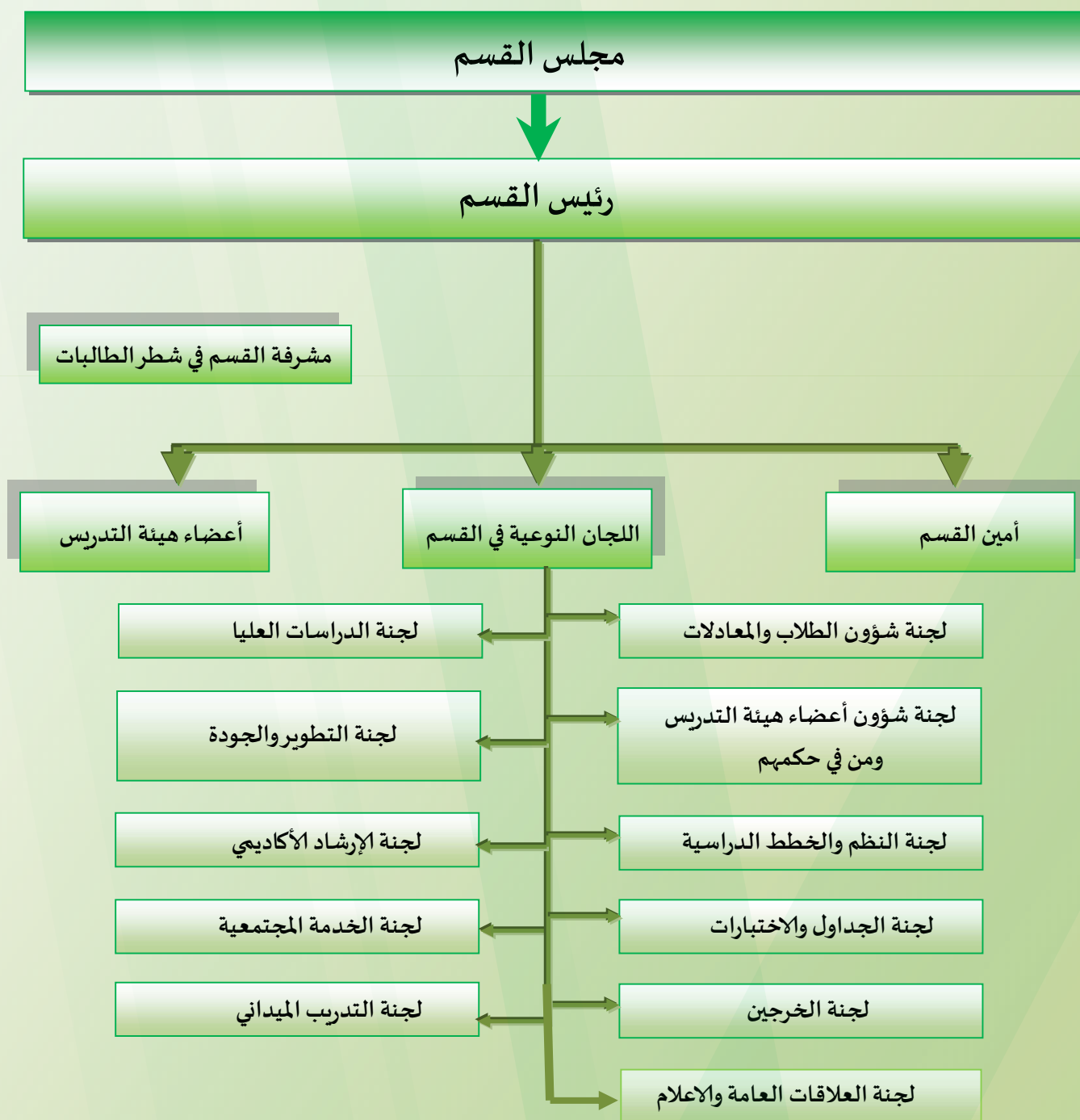
الوظائف والمهن التي يتم تأهيل الطالب إليها



رقم	مسمى الوظيفة	رمز المهنة بدليل التصنيف السعودي الموحد للمهن
1	مدير تسويق	122103
2	مدير مبيعات	122104
3	مدير علاقات عامة	122203
4	مدير تطوير المنتجات	122302
5	أخصائي أبحاث أسواق	243108
6	فني عمليات اتصالات	351102
7	مدير دعاية وإعلان	122201
8	أخصائي تجارة إلكترونية	243107
9	مندوب مبيعات	333201
10	منسق فعاليات	333202

الهيكل التنظيمي قسم التسويق

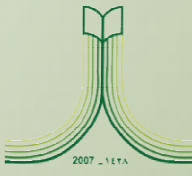
(على حسب الدليل التنظيمي للأقسام العلمية المعتمد من الجامعة)





وزارة التعليم
Ministry of Education

جامعة الحدود الشمالية
NORTHERN BORDER UNIVERSITY



أعضاء هيئة التدريس

أ.د ماهر التوكابري

أستاذ

maher.tukaber@nbu.edu.sa



د. هلال حسين

رئيس القسم

أستاذ مساعد

hilal.hussein@nbu.edu.sa



د. عدي الغصاونة

أستاذ مشارك

Odei.mohammad@nbu.edu.sa



د. مسعود عيسى

أستاذ مشارك

mesud.tatoooh@nbu.edu.sa



د. محمد مأمون

أستاذ مساعد

mohammed.abobaker@nbu.edu.sa



د. سليمان البلوي

أستاذ مساعد

SULIMAN.ALBALAWI@nbu.edu.sa



د. العائشة السهيلي

أستاذ مساعد

Elaicha.Shili@nbu.edu.sa



د. طه الشابي

أستاذ مساعد

Taha.Chebby@nbu.edu.sa



د. ريم فهد المشاري

أستاذ مساعد

reem.almeshari@nbu.edu.sa



د. رباب الحمدي

أستاذ مساعد

Rabab.Ahmed@nbu.edu.sa



شايم العنزي

أستاذ مساعد

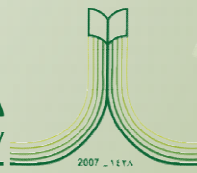
Shayam.Fihan@nbu.edu.sa



نظام الدراسة بالبرنامج

يقدم القسم برامج تعليمية على مستوى البكالوريوس، كما يسهم في البرامج التعليمية والتدريبية في مجالات تخصصه والتي يعقدها مركز خدمة المجتمع بالجامعة. يهدف برنامج البكالوريوس في التسويق إلى تكوين خلفية قوية لدى الطالب عن المفاهيم الأساسية للتسويق، ومناهج البحث فيه، وفروعه المختلفة النظرية والتطبيقية، حيث يدرس الطالب (121) ساعة موزعة على "أربع سنوات" دراسية من خلال ثمانية مستويات، في كل مستوى يدرس الطالب ما بين (15-16) ساعة، في ما يعادل ثمانية فصول دراسية، ويمكن للطالب التخرج في أقل من أربع سنوات بدراسة ثمانية عشر (18) ساعة في الفصل الواحد كحد أقصى.

النسبة المئوية	الساعات المعتمدة	عدد المقررات	إجباري / اختياري	مكونات الخطة الدراسية
8.26%	10	5	إجباري	متطلبات الجامعة
3.31%	4	2	اختياري	
22.31%	27	9	إجباري	متطلبات الكلية
0.00%	0	0	اختياري	
49.59%	60	21	إجباري	متطلبات البرنامج
8.26%	10	5	اختياري	
2.48%	3	1	إجباري	مشروع التخرج



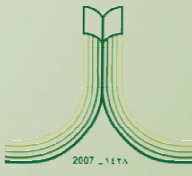
الخطة الدراسية



المستوى	رمز المقرر	اسم المقرر	إجباري أو اختياري	المتطلبات السابقة	ساعات	المستوى	الرمز	اسم المقرر	إجباري أو اختياري	المتطلبات السابقة	ساعات
المستوى 1	ACCT-100	مبادئ المحاسبة 1	إجباري		3	المستوى 5	MARK-314	إدارة المنتج والعلامة التجارية	إجباري	مبادئ التسويق	3
	MARK-100	مبادئ التسويق	إجباري		3		MARK-351	استراتيجيات تسويقية	إجباري	مبادئ التسويق	3
	HRM-100	مبادئ إدارة الأعمال	إجباري		3		MARK-333	التسويق الرقمي	إجباري	اتصالات تسويقية	3
	GNCRI100	المهارات الجامعية	إجباري		2		---	مقرر حر 1	اختياري		2
	HRM-101	إدارة الموارد البشرية	إجباري		3		---	اختياري تخصص 3	اختياري	مبادئ التسويق	2
	LNGT108	لغة انجليزية للأعمال	إجباري		3		MARK-344	موضوعات معاصرة في التسويق	إجباري	مبادئ التسويق	3
المستوى 2	FINS-100	مبادئ المالية	إجباري		3	المستوى 6	HR-100	ريادة الأعمال	إجباري		2
	LAW-100	مبادئ القانون	إجباري		3		---	اختياري تخصص 4	اختياري		2
	FINS-101	مبادئ الاقتصاد الجزئي	إجباري		3		MARK-352	سياسات تسعير	إجباري	مبادئ التسويق	3
	ISLS-101	ثقافة إسلامية 1	إجباري		2		MARK-353	قنوات التوزيع	إجباري	مبادئ التسويق	3
	IT100	الثقافة الرقمية	إجباري		2		MARK-354	التسويق السياحي	إجباري	تسويق الخدمات	3
	MIS-100	نظم المعلومات الإدارية	إجباري		3		MARK-323	تطبيقات الحاسب الآلي في التسويق	إجباري	بحوث التسويق	3
المستوى 3	---	اختياري تخصص 1	اختياري		2	المستوى 7	---	مقرر حر 2	اختياري		2
	MARK-221	سلوك المستهلك	إجباري		3		MAR-446	التسويق الدولي	إجباري	مبادئ التسويق	3
	MARK-222	بحوث التسويق	إجباري		3		FINS-352	الرياضيات الإدارية	إجباري	الاحصاء الوصفي	3
	---	اختياري جامعة 1	اختياري		2		MARK-490	التدريب الميداني	إجباري	موافقة القسم	3
	ISLS-102	ثقافة إسلامية 2	إجباري		2		---	اختياري تخصص 5	اختياري		2
المستوى 4	MARK-212	إدارة المبيعات والبيع الشخصي	إجباري		2	المستوى 8	MARK-435	إدارة الفعاليات التسويقية	إجباري	مبادئ التسويق	3
	MARK-211	إدارة التسويق	إجباري		2		MARK-425	التسويق بالإنجليزي	إجباري	مبادئ التسويق	3
	MARK-213	إدارة العلاقة مع العميل	إجباري		3		MARK-491	بحث التخرج	إجباري	بحوث التسويق	3
	MARK-232	اتصالات تسويقية	إجباري		3		MARK-447	التسويق المصرفي	إجباري	تسويق الخدمات	3
	---	اختياري تخصص 2	اختياري		2						
المستوى 4	---	اختياري جامعة 2	اختياري		2						
	FINS-211	الاحصاء الوصفي	إجباري		3						
	MARK-242	تسويق الخدمات	إجباري		3						



الخطة الدراسية أمسح رمز QR



متطلبات الحضور وإتمام البرنامج

على الطالب حضور المحاضرات والدروس العملية بصفة منتظمة، ويحرم من دخول الاختبار النهائي إذا قلت نسبة حضوره عن النسبة التي تحددها لوائح الدراسة والاختبارات بجامعة الحدود الشمالية، على ألا تقل عن خمس وسبعين في المائة (75%) من المحاضرات والدروس العملية المحددة لكل مقرر خلال الفصل الدراسي المعني، ويعتبر الطالب الذي حرم من دخول الاختبار بسبب الغياب راسبا في المقرر ويرصد له تقدير محروم (DN).

متطلبات القبول على البرنامج

- أن يكون الطالب حاصلاً على شهادة الثانوية العامة أو ما يعادلها من داخل المملكة أو من خارجها ولمجلس الجامعة تحديد الشهادات المؤهلة للالتحاق بالقسم.
- ألا يكون قد مضى على حصوله على الثانوية العامة أو ما يعادلها مدة تزيد على خمس سنوات، ويجوز لمدير الجامعة الاستثناء من هذا الشرط إذا توافرت أسباب مقنعة.
- أن يكون حسن السير والسلوك.
- أن يجتاز أي اختبار أو مقابلة يراها مجلس الجامعة.
- أن يحصل على موافقة مرجعه بالدراسة إذا كان يعمل في أي جهة حكومية أو خاصة.
- أن يستوفي أي شروط أخرى يحددها مجلس الجامعة وتعلن وقت التقديم.
- ألا يكون مفصولاً من جامعة أخرى لأسباب تأديبية أو تعليمية، وإذا اتضح بعد قبوله أنه سبق فصله فيعد قبوله ملغى من تاريخ قبوله.
- لا يجوز قبول الحاصلين على شهادة البكالوريوس أو ما يعادلها للحصول على بكالوريوس آخر، ولمدير الجامعة الاستثناء من ذلك.
- لا يجوز قبول الطالب المسجل لدرجة جامعية أخرى وما دونها سواء أكان في الجامعة نفسها أم في غيرها.

خصائص خريجي جامعة الحدود الشمالية

الهوية الوطنية:

خ 1: إظهار مستوى عالٍ من السلوك الأخلاقي والمسؤول للسلوك الأكاديمي والمهني في مجال التخصص، المتمثل بالنزاهة، والمشاركة في إيجاد الحلول البناءة لبعض القضايا المجتمعية، والالتزام بالمواطنة المسؤولة.

إدارة الذات والتفكير الناقد:

خ 2: إظهار القدرة على إدارة الذات والتعلم الذاتي والتفكير الناقد، والمبادرة في تطوير الأداء وفقاً لمعايير محددة، وتقديم الأدلة والحجج لدعم القرار باستقلالية.

الثقافة الرقمية:

خ 3: استخدام تقنيات المعلومات الفعالة والتحليلية والرياضية والإحصائية لتحليل البيانات واقتراح الحلول وحل المشكلات من خلال التفكير النقدي.

العمل الجماعي:

خ 4: القدرة على قيادة فريق عمل جماعي، وتحمل مسؤولية أداء المهام وتطوير العمل، وتحقيق أهداف الفريق بفاعلية، وتعزيز الجوانب الصحية والنفسية والاجتماعية.

ريادة الأعمال:

خ 5: تحديد وظائف ريادة الأعمال ومتطلباتها في تطبيق المشاريع التجارية الناجحة.

مهارات التواصل:

خ 6: التواصل الفعال شفهاً وكتابياً على حد سواء باستخدام أشكال العرض المناسبة واللغة العلمية والاستدلال المناسب لمختلف القضايا والتعامل مع المستفيدين.