

Petra University		جامعة البترا
Faculty of Administrative And Financial Sciences		كلية العلوم الإدارية والمالية
Marketing Department		قسم التسويق
Year:	السنة الدراسية:	Term:
		الفصل الدراسي:
Syllabus خطة المقرر		

Course Title	التسويق المصرفي	اسم المقرر
Course Number	306308	رقم المقرر
Prerequisite Course	مبادئ التسويق	المتطلب السابق

Course Objectives	أهداف وغايات المقرر
<p>يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمعارف والمهارات التالية:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. مفهوم التسويق المصرفي و البيئة التسويقية المصرفية ونظم معلوماتها. 2. بالدور الحيوي الذي يقوم به التسويق المصرفي كأساس لدعم كيان المصرف وضمان بقاءه واستمراره. 3. المزيج التسويقي للمصارف كونها تتصف بخصائص خاصة بما تقدمه منخدمات تفرد بها عن سواها من الخدمات الأخرى. 4. أهمية أبحاث التسويق المصرفي والدور الذي تلعبه في تطوير الخدمة بما يتلاءم مع احتياجات العملاء خصوصا في ظل المنافسة. 	

Learning Outcomes (knowledge and skills)	مخرجات التعليم (المعارف والمهارات)
<p>بعد الانتهاء من دراسة هذا المقرر يتوقع أن يكون الطالب قادرا على:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. القدرة على دراسة البيئة التسويقية للمصارف (داخليا وخارجيا) ودراسة سلوك العملاء . 2. القدرة على تطوير وتطبيق عناصر المزيج التسويقي للمصارف بما يضمن تحقيق اهداف المصارف من ضبط الجودة المقدمة وتلبية حاجات ورغبات العملاء. 3. القدرة على دراسة وتحليل دورة حياة لخدمة المصرفية وتطبيق الاستراتيجيات التسويقية خلال مراحل دورة الخدمة. 4. القدرة على تطوير الخدمة المصرفية بما يضمن استمرار وبقاء المصرف ضمن بيئة تنافسية 5. القدرة على وضع أهداف واستراتيجيات وتحليل وتقييم للمصارف من خلال بحوث تسويقية مصرفية . 	

Course content محتوى المقرر		
Week		الأسبوع
1st week	<p>ماهية التسويق المصرفي :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. تعريف التسويق المصرفي 2. المزيج التسويق المصرفي 3. منهجيات التطبيق في التسويق المصرفي 	الأسبوع الأول
2nd week	<p>الخدمة المصرفية وخصائص التسويقية :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. تعريف ماهية الخدمة المصرفية وخصائصها 	الأسبوع الثاني

	2. خصائص الخدمة المصرفية	
3 rd week	جودة الخدمة المصرفية : 1. مفهوم الجودة بما يخص الخدمات المصرفية ومستوياتها 2. كيفية قياس الجودة وطرق تقييمها	الأسبوع الثالث
4 th week	مزيج خطوط الخدمات المصرفية : 1. مفهوم وأبعاد خطوط الخدمات	الأسبوع الرابع
5 th week	استراتيجيات مزيج خطوط الخدمة : 1. دورة حياة الخدمة المصرفية واستراتيجياتها التسويقية 2. مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية ومراحل تطورها 3. الاستراتيجيات العامة لتسويق الخدمات المصرفية لكل مرحلة	الأسبوع الخامس
6 th week	البيئة التسويقية للمصرف : 1. مقدمة 2. مفهوم البيئة التسويقية بشكل عام 3. مفهوم البيئة التسويقية للمصارف جزئياً وكلياً	الأسبوع السادس
7 th week	الجوانب السلوكية في شراء الخدمة المصرفية : 1. ماهية السلوك الشرائي وآلياته 2. مراحل اتخاذ القرار الشرائي وسلوك شراء الخدمة المصرفية 3. العوامل المؤثرة على سلوك شراء الخدمة المصرفية 4. كيفية اختيار العميل للمصرف المناسب	الأسبوع السابع
8 th week	تسعير الخدمات المصرفية : 1. مفهوم السعر وأثره على ربحية المصرف 2. العوامل المؤثرة على تحديد الأسعار وإدراك العملاء للسعر 3. قياس استجابة العملاء للتغير في السعر 4. تسعير وتعديل الخدمات الحالية والجديدة	الأسبوع الثامن
9 th week	توزيع الخدمة المصرفية ونظم توصيلها : 1. مفهوم التوزيع في الخدمات المصرفية 2. منافذ توزيع الخدمة المصرفية 3. الأساليب المتبعة في تحديد موقع فرع المصرف	الأسبوع التاسع
10 th week	ترويج الخدمة المصرفية : 1. تعريف الترويج المصرفي 2. مزيج الترويج المصرفي 3. الدور الترويجي في الإعلان المصرفي وأنواعه 4. الدعاية التجارية ودورها في الترويج المصرفي	الأسبوع العاشر
11 th week	البيع الشخصي ودوره في التسويق المصرفي 1. تعريف البيع الشخصي ودوره كنظام للإيصال الترويجي 2. الآلية الاقناعية للبيع الشخصي 3. الخطوات الرئيسية في بيع الخدمة المصرفية 4. تخطيط عملية البحث عن عملاء جدد وتفعيل الحوار أثناء بيعها	الأسبوع الحادي عشر
12 th week	العلاقات العامة وتفعيلها في المصرف	الأسبوع الثاني عشر

	<p>1. العلاقات العامة وتفعيلها في المصرف</p> <p>2. العلاقات العامة وشخصية المصرف</p> <p>3. تخطيط برنامج العلاقات العامة الفعال ودراسة بعض الحالات العملية</p>	
13 th week	<p>خدمة العملاء ومضامينها التسويقية</p> <p>1. التوجه نحو العميل والتعريف بخدمة العملاء وطبيعة العلاقة مع العملاء</p> <p>2. التميز في خدمة العملاء والمكونات الأساسية لخدمتهم</p>	الأسبوع الثالث عشر
14 th week	<p>بحوث التسويق ونظم المعلومات المصرفية</p> <p>1. تعريف بحوث التسويق المصرفي ووظائفها</p> <p>2. نظام المعلومات التسويقية بالمصارف</p> <p>3. خطوات البحث التسويقي ومجالات استخدامها بالمصارف</p>	الأسبوع الرابع عشر
15 th week	<p>المراجعة التسويقية في المصرف</p> <p>1. تعريف المراجعة التسويقية وأهميتها وخصائصها</p>	الأسبوع الخامس عشر
16 th week	آليات واستراتيجيات المراجعة التسويقية	الأسبوع السادس عشر

أساليب التدريس Teaching and Learning Methods		
1- lectures	Yes	1- المحاضرات
2- Slides		2- الشفائيات
3- Practical Exercises		3- التطبيقات العملية
4- Field Visits	Yes	4- الزيارات الميدانية
5- Research	Yes	5- البحوث
6- Others		6- أخرى
وسائل التقييم: Assessment Tools		
Examinations		الاختبارات
First Exam	20%	الاجتبار الأول
Second Exam.	20%	الاجتبار الثاني
Final Exam.	50%	الاجتبار النهائي
Homework and participation.	10%	الواجبات المنزلية والمشاركة
Others.		أخرى

Textbook and Supporting Material المرجع الأساسي والمراجع الإضافية		
1- Text Book		1- المرجع الأساسي الموصى به
Authors:	ناجي المعلا	المؤلف
Title:	الأصول العلمية للتسويق المصرفي	عنوان الكتاب
Editor:	دار وائل	الناشر
Year of Edition:	2007	سنة النشر
2- Other Books		2- مراجع أخرى
Authors:	محمود الصميدعي	المؤلف
Title:	تسويق الخدمات المالية	عنوان الكتاب
Editor:	دار وائل	الناشر
Year of Edition:	2007	سنة النشر
Research Journal		3- المجلات العلمية

Important Dates: تواريخ هامة		
Evaluation Method & Scheme		نوع التقييم
First Exam.	الاسبوع السادس	الاختبار الأول
Second Exam.	الاسبوع الثاني عشر	الاختبار الثاني
Final Exam.	في نهاية الفصل	الاختبار النهائي
Homework and participation	تحدد في حينها	الواجبات المنزلية والمشاركة
Others.		أخرى

Instructor عضو هيئة التدريس		
Name:		الاسم:
Office Number and Telephone:		رقم المكتب والهاتف:
E- mail:		البريد الإلكتروني:
Office Hours:		الساعات المكتبية:

<p>1. يلتزم الطالب بحضور كافة المحاضرات وحسب الجدول الدراسي ويسمح له بالغياب بعذر أو بدون عذر بما لا يزيد عن (7) ساعات. إن أي تجاوز للنسبة المسموح بها للغياب سيعرض الطالب للحرمان وتعطى له علامة (FA) في حال عدم توفر عذر مقبول من قبل المدرس وعمادة الكلية.</p> <p>2. يلتزم الطالب بتقديم الاختبارات والامتحانات وتقارير البحوث وأية مهام صافية أو منزلية يتم تكليفه بها في المواعيد المحددة.</p> <p>3. يستطيع الطالب مراجعة مدرس المقرر خلال الساعات المكتبية للحصول على مساعدة إضافية فيما يتعلق بالمواضيع التي تمت مناقشتها داخل الصف.</p> <p>4. هنالك مراجع رئيسة وثانوية للمقرر على الطالب الرجوع لها لزيادة تحصيله العلمي.</p> <p>5. لتعزيز الجانب المهاري، سيتم عرض ومناقشة حالات دراسية وتمارين مختلفة.</p> <p>6. كوسيلة لمساعدة الطالب، يمكن للطالب الرجوع إلى برنامج التعليم الإلكتروني ، علماً بأن الملخصات الموجودة على الموقع لا تغني عن المرجع الرئيسي للمادة.</p>	<p>سياسات واستراتيجيات التدريس والتعليم</p>
--	---