QF03/0408-3.0	الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق

الكلية	**الاعمال**	القسم	**التسويق**
اسم المادة الدراسية	**التسويق المصرفي**	رقم المادة	**0504243**
الساعات المعتمدة	**3 ساعات**	المتطلب السابق/المتزامن للمادة	

الوصف المختصر للمادة:

يتضمن هذا المساق تعريف الطالب بمفهوم التسويق المصرفي والأصول العلمية الواجب مراعاتها في تسويق الخدمات المصرفية. ويستهدف المساق إبراز الخصائص و المضامين التسويقية للخدمة المصرفية وصياغة الخطط والاستراتيجيات التسويقية الفعالة في مجال نشاطات المصارف

أهداف ومخرجات التعلم للمادة الدراسية	
الهدف الاول	**التعريف بعلم التسويق المصرفي**
مخرجات التعلم للهدف الاول	1.1 ان يكون للطالب القدرة على امتلاك المعرفة والفهم في مجالات التسويق المختلفة . 2.1 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق مهارات التفكير الناقد وحل المشكلات باستخدام تقنيات التحليل الكمي و /او النوعي .
الهدف الثاني	**التعريف بمفاهيم وخصائص الخدمات المصرفية وتنفيذ برامج تسويق الخدمات المصرفية**
مخرجات التعلم للهدف الثاني	1.2 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق مهارات التفكير الناقد وحل المشكلات باستخدام تقنيات التحليل الكمي و /او النوعي 2.2 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق المعارف والمهارات في مختلف وظائف التسويق بكفاءة
الهدف الثالث	**ربط نظريات ومفاهيم التسويق المصرفي بالواقع الميداني بالاستدلال بالأمثلة والتواجد ودراسات الحالات .**
مخرجات التعلم للهدف الثالث	1.3 تمكين الطالب من معرفة وفهم مبادئ وقيم المسؤوليات الأخلاقية، والتنظيمية والاجتماعية للتسويق 2.3 ان يكون للطالب قدرات ومهارات التواصل الفعال، شفويا و تحريريا في حقول ومجالات بحوث التسويق
الهدف الرابع	**1- تطوير فهم واضح لاستراتيجيات التسويق المصرفي و تفعيل العلاقه الحميمة بين المصارف والعملاء.**
مخرجات التعلم للهدف الرابع	1.4 ان يكون للطالب القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق الاهداف المنشودة 2.4 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق المعارف والمهارات في مختلف وظائف التسويق بكفاءة
الكتاب المعتمد:	معلا ناجي، (2015)، **الأصول العلمية للتسويق المصرفي، (مقيم علمياً)**، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
المراجع العلمية:	1- المرجع الاساسي: Pezzullo, A. (2001), **Marketing for Bankers,** American Bankers Associations, Washington

التوزيع الزمني				
الاسبوع	عدد الساعات	الموضوعات	الصفحات في الكتاب المعتمد	ملاحظات
01	3	**مقدمة في التسويق المصرفي** - تعريف التسويق المصرفي - مزيج التسويق المصرفي - منهجيات التطبيق في التسويق المصرفي -	PP 46-3 معلا	
02	3	**مفهوم البيئة التسويقيـــة المصرفي .** - البيئة الجزئيـة للتسويـق المصرفي . - البيئة الكليـة للتسويـــق .	70-49 معلا	
03	3	**مفهوم الخدمة المصرفيـة** - تعريف الخدمة المصرفية وخصائصها - إدراك العميل للخدمة المصرفيـة	83-73 معلا	
04	3	**مزيج خطوط الخدمة المصرفية** - تعريف مزيج خطوط الخدمـة - أبعـاد مزيـج الخطـــــوط - مضاميـــن دراسة المزيـــج	93-87 معلا	
05	3	**- جودة الخدمة المصرفية** - مفهوم جودة الخدمة المصرفية - مستويات جودة الخدمة المصرفية - قياس جودة الخدمة المصرفية	112-97 معلا	
06	3	**دورة حياة الخدمة المصرفية** - مفهوم دورة الحياة ومراحلها - المضامين التسويقية لدراسة الدورة - استراتيجيات التسويق خلال مراحل الدورة	132-117 معلا	
07	3	**سلوكيات شراء الخدمة المصرفية** - عملية الشراء ومراحلـــهـا - النموذج العام لسلوك شراء الخدمة المصرفية - اختيار العميل للمصرف المناسب	162-135 معلا	
08	3	**تسعير الخدمات** -- مفهوم السعر واثرة على المصرف - العوامل المؤثرة على السعر - طرق واستراتيجيات السعر	189-167 معلا	
09	3	**توزيع الخدمة المصرفية** - مفهوم التوزيع في النشاط المصرفي . - منافذ توزيع الخدمات المصرفيـة . - اختيار الموقع المناسب للمصرف. - أساليب تحديد الموقع المناسب للمصرف	213 -193 معلا	
10	3	**ترويج الخدمة المصرفية وأساليب بيعها:** - تعريف الترويج المصرفي. - الاعلان المصرفي ودوره الترويجي.	229 -217 معلا	
11	3	**الدعاية التجارية وأساليبها في ترويج المصرف** - البيع الشخصي ودوره التسويقي - البيع الشخصي كنظام - الخطوات الرئيسية في بيع الخدمة المصرفية	260-233 معلا	

12	3	**العلاقات العامة** ا- لعلاقة العامة وشخصية المصرف - تخطيط برنامج العلاقات العامة	**286-263** **معـلا**	
13	3	**- خدمـة العمـلاء** - تعريف خدمة العميل - طبيعة العلاقة بالعميل - المكونات الاساسية لخدمة العملاء	**312-291** **معـلا**	
14	3	**بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية** - تعريف بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية - وظائف بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية - مجالات استخدام بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية	**345-3015 معلا**	
15	3	**المراجعة التسويقية بالمصرف** - تعريف المراجعة التسويقية بالمصرف - خصائص المراجعة التسويقية بالمصرف - الية المراجعة التسويقية بالمصرف - نظام المراجعة التسويقية بالمصرف	**363-347 معلا**	
16	3	**دراسة حـــالة**		

طريقة التقييم للمواد النظرية	المشاركة = **10%** الامتحان الأول = **20%** الامتحان الثاني = **20%** الامتحان النهائي =**50%**	**طريقة التقييم للمواد العملية**	اعمال الفصل = **50%** (تقارير ، أبحاث، امتحانات يومية) الامتحان النهائي = **50%**

اعتمدت من قبل رئيس القسم		**تاريخ الاعتماد**	

معلومات إضافية: (يتم تحديثها في كل فصل دراسي وتعبأ من قبل مدرس المادة)

مدرس المادة	د. محمود علان	رقم المكتب	136
الهاتف الداخلي	110	البريد الالكتروني	_____@zuj.edu.jo
الساعات المكتبية	1-12		