



جامعة الزيتونة الأردنية  
Al-Zaytoonah University of Jordan  
كلية الأعمال  
Faculty of Business



"عراقة وجودة"  
"Tradition and Quality"

الوصف التفصيلي للمواد الدراسية - إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

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

الوصف المختصر للمادة:

يتضمن هذا المساق بعض الأساليب الكمية المستخدمة في حل المشاكل التسويقية وخاصة ما يتعلق في دراسة السوق ، مشاكل المنتج، طرق التسعير والتوزيع وكذلك التوزيع وحل تلك المشاكل بشكل كمي من أجل وضع استراتيجية تسويقية كفوءة ، إضافة المشاكل المتعلقة بالتنبؤ بالمبيعات باعتباره عامل مهم في تصميم استراتيجية التسويق التي تتم على أساس توقعات المبيعات المستقبلية، كذلك فيما يتعلق بالبرمجية الخطية وأهميتها في مجال التسويق.

أهداف ومخرجات التعلم للمادة الدراسية	
الهدف الاول	- اكتساب الطلبة المعرفة العلمية والعملية للأساليب الكمية المستخدمة في حل المشاكل التسويقية.
مخرجات التعلم للهدف الاول	أن يكون الطالب قادرا على: 1-1 إمتلاك المعرفة والفهم للأساليب الكمية المستخدمة في مجال التسويق. 2-1 إمتلاك المعرفة والفهم في كيفية تطبيق الأساليب الكمية في التسويق.
الهدف الثاني	اكتساب الطلبة المعرفة في كيفية استخدام تلك الأساليب في حل المشاكل التسويقية.
مخرجات التعلم للهدف الثاني	أن يكون الطالب قادرا على: 1-2 استخدام الاسلوب الكمي المناسب لحل المشاكل التسويقية المختلفة وفقا لطبيعة المشكلة. 2-2 القدرة والفهم في كيفية تطبيق كل اسلوب كمي وبشكل صحيح ويتوافق مع المشكلة المطروحة.
الهدف الثالث	تعريف الطالب بالأساليب الكمية التي يمكن استخدامها للمشاكل الآتية والمستقبلية .
مخرجات التعلم للهدف الثالث	1-3 تمكين الطالب من الاستخدام الأفضل للأساليب الكمية في حل المشاكل التي تواجه عمله الآتي وكيفية حلها. 2-3 تمكين الطالب من القدرة والمهارات لحل المشاكل بشكل عملي ودقيق وضع التوصيات اللازمة لمعالجتها.
الهدف الرابع	تعريف الطلبة لأهمية الأساليب الكمية في تصميم وتنفيذ الاستراتيجية التسويقية.
مخرجات التعلم للهدف الرابع	4-1 معرفة علاقة الأساليب الكمية في كيفية تصميم استراتيجية التسويق. 4-2 معرفة أهمية الأساليب الكمية في التخطيط لاستراتيجية التسويق. 4-3 معرفة أهمية الأساليب الكمية في تنفيذ استراتيجية التسويق لمعالجة المشاكل التي تواجه هذا التنفيذ .
الكتاب المعتمد:	



جامعة الزيتونة الأردنية  
Al-Zaytoonah University of Jordan  
كلية الأعمال  
Faculty of Business



"عراقة وجودة"  
"Tradition and Quality"

الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

المراجع العلمية:
------------------

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 التسويقية المصرفية . - البيئة الجزئية للتسويق المصرفي . - البيئة الكلية للتسويق .	70-49 معلا	
03	3	مفهوم الخدمة المصرفية - تعريف الخدمة المصرفية وخصائصها - إدراك العميل للخدمة المصرفية	83-73 معلا	
04	3	مزيج خطوط الخدمة المصرفية - تعريف مزيج خطوط الخدمة - أبعاد مزيج الخطوط - مضامين دراسة المزيج	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 ومراحلها - النموذج العام لسلوك شراء الخدمة المصرفية - اختيار العميل للمصرف المناسب	162-135 معلا	
08	3	تسعير الخدمات - مفهوم السعر وأثره 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 المصرفية . - 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	260-233 معلا	



**جامعة الزيتونة الأردنية**  
**Al-Zaytoonah University of Jordan**  
**كلية الأعمال**  
**Faculty of Business**



"عراقة وجودة"  
 "Tradition and Quality"

الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

		- البيع الشخصي كنظام - الخطوات الرئيسية في بيع الخدمة المصرفية		
	286-263 معلا	العلاقات العامة 1- لعلاقة العامة وشخصية المصرف - تخطيط برنامج العلاقات العامة	3	12
	312-291 معلا	- خدمة العملاء - تعريف خدمة العميل - طبيعة العلاقة بالعميل - المكونات الأساسية لخدمة العملاء	3	13
	345-3015 معلا	بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية - تعريف بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية - وظائف بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية - مجالات استخدام بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية	3	14
	363-347 معلا	المراجعة التسويقية بالمصرف - تعريف المراجعة التسويقية بالمصرف - خصائص المراجعة التسويقية بالمصرف - آلية المراجعة التسويقية بالمصرف - نظام المراجعة التسويقية بالمصرف	3	15
		دراسة حالة	3	16

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

اعتمدت من قبل رئيس القسم	د. نافز نمر علي	تاريخ الاعتماد
--------------------------	-----------------	----------------

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

مدرس المادة	د. محمود علان	رقم المكتب	136
الهاتف الداخلي	110	البريد الالكتروني	<a href="mailto:@zuj.edu.jo">@zuj.edu.jo</a>
الساعات المكتبية	1-12		