



## جامعة فيلادلفيا

كلية: العلوم الإدارية والمالية

قسم: التسويق

### خطة تدريس المادة

### Course Syllabus

0350343: رمز المادة:	المادة: التسويق المصرفي
0350110/ المتطلبات السابقة أو/ والمرافقة: مبادئ التسويق	مستوى المادة: الرابعة
الساعات المعتمدة	موعد المحاضرة:

### عضو هيئة التدريس

الاسم	الرتبة الأكاديمية	رقم المكتب وموقعه	الساعات المكتبية	البريد الإلكتروني

### وصف المادة:

يهدف هذا المساق الى تزويد الطالب بالمفاهيم التسويقية في مجال الخدمات المصرفية وذلك من خلال التعرف على وتحديد المتغيرات والعوامل البيئية التي يمكن التحكم فيها بواسطة ادارة البنك ، والالمام بالاسس المختلفة التي يمكن اتباعها لتقسيم السوق المصرفي ، والتعرف على عناصر المزيج التسويقي للخدمة المصرفية والاستراتيجيات التسويقية التي يمكن اتباعها وفي النهاية التعرف على مفهوم واساليب الرقابة على النشاط التسويقي في البنوك .

### أهداف المادة:

- يهدف هذا المساق الى :
- 1- يهدف هذا المساق الى تزويد الطالب بالمفاهيم التسويقية عامة والخدمات المصرفية خاصة وذلك من خلال التعرف على وتحديد المتغيرات والعوامل البيئية التي يمكن التحكم فيها بواسطة ادارة البنك .
  - 2- تحديد مكونات النموذج الاستهلاكي وكيفية تطبيقه على البنك من خلال التعرف على انواع العملاء ، والالمام بالاسس المختلفة التي يمكن اتباعها لتقسيم السوق المصرفي
  - 3- والتعرف على عناصر المزيج التسويقي للخدمة المصرفية والاستراتيجيات التسويقية التي يمكن اتباعها وفي النهاية التعرف على مفهوم واساليب الرقابة على النشاط التسويقي في البنوك .

### مكونات المادة:

1. الكتب المقررة: د. احمد زامل, د. ناصر جرادات, و اخرون, *تسويق الخدمات المصرفية*, اثناء للنشر والتوزيع, عمان: الاردن

- 2- المواد المساندة (أشرطة فيديو، أشرطة صوتية) برامج وثائقية ، برامج مساعدة، محاضرات وندوات اضافية ورشات عمل خارجية وداخلية ،
- 3- القراءات الإضافية : المراجع العلمية في المكتبة، المواقع الالكترونية، الارشاد العلمي من قبل الاستاذ المتخصص
- 4- دليل دراسة المادة : حسب الخطة العلمية الموزعة على الطلبة والتي تحتوي على كافة المعلومات بالاضافة الى ارشاد مدرس المادة
- 5- دليل الواجبات/ الوظائف، التجارب العلمية : مرفق في الخطة الدراسية وفق برنامج زمني موضح ومحدد لهذه الغاية وبشكل اسبوعي

### طرق التدريس:

محاضرات، مجموعات نقاش، مجموعات تدريس، حل مسائل، مناظرات، تمارين، حلقات بحث، ورشات عمل، أنشطة ميدانية

### نتائج التعلم Learning outcomes

#### 1. المعرفة والفهم Knowledge and understanding

تحديد المتغيرات والعوامل البيئية التي يمكن التحكم فيها بواسطة ادارة البنك ، وتحديد مكونات النموذج الاستهلاكي وكيفية تطبيقه على البنك من خلال التعرف على انواع العملاء ، والالمام بالاسس المختلفة التي يمكن اتباعها لتقسيم السوق المصرفي ، والتعرف على عناصر المزيج التسويقي للخدمة المصرفية والاستراتيجيات التسويقية التي يمكن اتباعه

#### 2. مهارات الإدراك ومحاكاة الأفكار Cognitive skills

تتم تنمية مهارات الادراك ومحاكاة الافكار من خلال:

- الحالات الدراسية
- التمارين الصفية التطبيقية
- الرحلات الميدانية
- حلقات النقاش والبحث

#### 3. مهارات الاتصال والتواصل الأكاديمي (مع المصادر والأشخاص Communication skills)

يتم التواصل والاتصال من خلال

- المحاضرات المباشرة
- الساعات المكتبية للمدرس
- البريد الالكتروني
- الموقع الخاص لعضو الهيئة التدريسية

#### 4. مهارات عملية خاصة بالتخصص والمهنة ذات العلاقة

#### Practical and/ or professional skills (Transferable Skills)

- تتم هذه العملية من خلال استضافة خبير خارجي متخصص في هذا المجال وايضا تنظيم زيارات الى مواقع العمل ذات التخصص لتنمية مهارات التخصص .
- المشاركة والتنظيم في ورشات عمل ذات علاقة اما ان تكون داخلية او خارجية
- مساق التدريب الميداني وما يقدمه من فرصة ممارسة التدريب وتقوية المهارات العملية

### أدوات التقييم:

- تقارير، أبحاث قصيرة، مشاريع
- امتحانات قصيرة
- واجبات
- تقديم شفوي للأبحاث والتقارير
- امتحانات فصلية ونهائية

### الأمانة العلمية والتوثيق

- أسلوب التوثيق (مع أمثلة توضيحية) المحاضر والكتب الرسمية، التصوير ، كتابة التقارير
- في حالة اقتباس اي معلومه عند اعداد تقارير او عرض أو بحث, يجب اتباع اسلوب التوثيقي التالي APA Style :
- المقالات في المجلات العلميه: المؤلف. (سنة النشر). عنوان المقال. اسم المجله, مجلد (عدد), رقم الصفحه من-الى.
- مثال:

Anderson, R. E.; Srinivasan, S. S. (2003). E-satisfaction and E-loyalty: A contingency framework. *Psychology and Marketing*, 20 (2), 99-121.

الكتب: المؤلف. (سنة النشر). عنوان الكتاب (الطبعه). المدينه: دار النشر

مثال:

Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.

المواقع الالكترونيه: الموقع الالكتروني (السنه). العنوان. متاح في الموقع الالكتروني.....  
حصل عليه في تاريخ .../.../....

مثال:

Alexa (2012). Top sites-shopping. Available in [www.alexacom.com](http://www.alexacom.com).

Obtained 5/10/2012.

- إسناد الحقوق الفكرية لأصحابها : يتم من خلال التوثيق الرسمي واسناد الحقوق لاصحابها بالطرق الرسمية والقانونية
- الابتعاد عن السطو الأكاديمي Plagiaries : يجب الابتعاد عن نسب اي معلومه لكاتب ما الى الطالب أو الباحث, والحفاظ على الأمانه العلميه. ويتم ذلك بنسب اي

معلومه, نموذج, جدول الخ.. الى صاحبها سواء في النص أو في المراجع ,  
 بالطرق المذكوره اعلاه . ويجب الاببعاد عن تصوير الكتب أو أجزاء منها من غير  
 الرجوع الى المؤلف.

توزيع العلامات على أدوات التقييم	
الدرجة	أدوات التقييم
20	الامتحان الأول
20	الامتحان الثاني
40	الامتحان النهائي
20	التقارير و/أو الأبحاث / الواجبات / المشاريع / الامتحانات القصيرة
100	المجموع

- طريقة التعليم:  محاضرة 50%  بحث 20%  عملي 30%
- أسلوب الإمتحان:  كتابي  شفهي  كتاب مفتوح

#### توزيع المادة على الفصل الدراسي

الأسبوع	المادة الأساسية والمساعدة المطلوب تغطيتها	الوظائف والتقارير
الأول	مقدمة عامة في التسويق خدمات مصرفية خصائص الخدمات المصرفية	الامتحان القبلي زيارة المكتبة والتعرف على الكتب والدوريات التي تخص المادة
الثاني	أهمية التسويق المصرفي دورة حياة المنتجات المصرفية نظم الخدمات المصرفية	عرض تقرير لمصرف محلي مع تحليل المنتجات حسب دورة حياتها
الثالث	المزيج التسويقي المصرفي مفهوم المزيج التسويقي للخدمات المصرفية عناصر المزيج التسويقي المصرفي المنتج المصرفي	اختبار كتابي
الرابع	السعر ( الفائدة) التوزيع ( الفروع) الترويج مقدمى الخدمات المصرفية الدليل المادي عملية تقديم الخدمة	واجب منزلي لعملية تخطيط لشركة وهمية يختارها الطالب

الخامس	جودة الخدمات المصرفية مفهوم الجودة وجودة الخدمة جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العميل جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر المصرف	استعراض الواجب امام الطلبة ومناقشته
السادس	العلاقة بين جودة الخدمة المدركة ورضا العملاء محددات جودة الخدمة دراسة نموذج الفجوات	الامتحان الاول حل الاسئلة وتوزيع العلامات
السابع	الإدارة المصرفية نظام الإدارة المصرفية المنهج التسويقي لتقديم الخدمة المصرفية المزيج التسويقي لجذب وتوظيف الودائع برنامج التسويق المصرفي	زيارة ميدانية
الثامن	الاستراتيجيات التسويقية لأنظمة الخدمات المصرفية العلامة التفاعلية بين المصرف والعميل الاستراتيجيات التسويقية المستخدمة في إدارة العلاقات التبادلية الاحتفاظ بالعملاء وتسويق العملاقة استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء	استضافة خبير خارجي
التاسع	سلوك العميل سلوك واتجاهات العميل العوامل التي تؤثر على سلوك العميل المصرفي عوامل خارجية ( ثقافية اجتماعية ) عوامل داخلية المؤثرات السيكولوجية المؤثرات الشخصية	يعرض الطلبة تقريرا عن زيارة المحاضر
العاشر	تجزئة سوق الخدمات المصرفية مفهوم التجزئة السوق المصرفي شروط التجزئة الفاعلية أساليب وأسس تجزئة السوق المصرفي تصنيفات عملية التجزئة السوقية	رحلة علمية الى منظمة ذات علاقة
الحادي عشر	مفهوم التوزيع للخدمات المصرفية اختيار الموقع المناسب للمصرف قنوات توزيع الخدمات المصرفية نظم التوزيع عن بعد ( التسويق الهامشي ) التكنولوجيا المصرفية	الامتحان الثاني حل الاسئلة وتوزيع العلامات
الثاني عشر	ترويج الخدمات المصرفية مفهوم النشاط الترويجي العوامل التي تؤثر على اختيار المزيج الترويجي	حوار مفتوح بين الطلبة
الثالث عشر	عناصر المزيج الترويجي استراتيجيات الترويج أ- إستراتيجية الدفع والجذب الترويجي تمارين عملية على الترويج	حالة دراسية
الرابع عشر	تسعير الخدمات المصرفية مفهوم السعر في الخدمات المصرفية	عروض تمثيلية لصقل الشخصية عن طريق تقسيم الطلبة الى مجموعات

الخامس عشر	أنظمة التسعير المصرفي معايير نظام التسعير المصرفي	امتحان تجريبي
السادس عشر الامتحان النهائي		مراجعة اختيارية اثناء الساعات المكتبية

حجم العمل الملقى على عاتق الطالب: ما لا يقل عن ساعتين مقابل كل ساعة تدريس

### سياسة الحضور والغياب:

لا يسمح للطالب بالتغيب أكثر من 15% من الساعات المقررة للمادة بدون عذر مرضي أو قهري يقبله عميد الكلية إذ يترتب اعتبار الطالب منسحباً من المادة في حالة قبول العميد للعذر، بينما يمنع من التقدم للامتحان النهائي وتكون علامته في المادة صفراً في حالة عدم قبول العميد للعذر المرضي أو القهري.

### المراجع العلمية للمادة

#### • الكتب

1. أ.د. ناجي معلا، "الاصول العلمية للتسويق المصرفي"، دار وائل للنشر، عمان، 2007
  2. أبو تايه، صباح محمد، التسويق المصرفي بين النظرية و التطبيق.- عمان: دار وائل للنشر و التوزيع، 2008
  3. 1-Tina Harrison, Financial Services Marketing, 1st,Prentice Hall, 2000.
  4. عبدالله مهنا غانم، " تسويق الخدمات المصرفية " ، معهد الدراسات المصرفية ، الكويت ، 1998 .
  5. محسن احمد الخضيرى ، التسويق المصرفي- المدخل المتكامل لامتلاك المزايا التنافسية فى عالم مابعد الجات ، أيتراك للنشر والتوزيع ، مصر ، 1999 .
  6. احمد محمود احمد ، تسويق الخدمات المصرفية مدخل نظرى- تطبيقي ، دار الفكر للنشر والتوزيع ، عمان ، 2000 .
  7. الصميدعي، محمود جاسم، يوسف، ردينة عثمان، التسويق المصرفي: مدخل استراتيجي, كمي, تحليلي.- عمان: دار المناهج للنشر و التوزيع، 2001  
الدوريات العلمية
- . الكتب المقررة: د. احمد زامل, د. ناصر جرادات, و اخرون, تسويق الخدمات المصرفية, اثناء للنشر و التوزيع, عمان: الاردن

### Journals

#### Journal of Marketing

#### Journal of Consumer Research

#### • المواقع الإلكترونية Websites

[www.emerald-library.com](http://www.emerald-library.com)