

## نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

اسم الجامعة: جامعة التقنية الشمالية.

الكلية/ المعهد: معهد الإدارة التقني - نينوى.

القسم العلمي: قسم التقنيات المالية والمصرفية.

اسم البرنامج الأكاديمي او المهني: دبلوم فني - تقنيات مالية ومصرفية.

اسم الشهادة النهائية: دبلوم فني في التقنيات المالية والمصرفية.

النظام الدراسي: مقررات - المستوى الثاني - الكورس الثاني - تسويق الخدمات المصرفية.

تاريخ اعداد الوصف: ٢٠٢٤/٤/٧

تاريخ ملء الملف: ٢٠٢٤/٤/٧

التوقيع: -

أسم المعاون العلمي: - مُجَدُ أسامة أحمد

التاريخ: -

دقق الملف من قبل

مصادقة السيد العميد

التوقيع: -

أسم رئيس القسم: - م. د. ولاء حازم سلطان

التاريخ: -

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي:

التاريخ

التوقيع

١. رؤية البرنامج

تسعى الجامعة التقنية الشمالية - معهد الإدارة التقني - نينوى - قسم التقنيات المالية والمصرفية بإعداد خريجين في مجال المالي والمصرفي للعمل في الدوائر الحكومية والمصارف الحكومية والأهلية والاستفادة من الاختصاص في المجال العملي والتطبيقي.

٢. رسالة البرنامج
يهدف قسم التقنيات المالية والمصرفية من خلال مادة تسويق الخدمات المصرفية إلى تعليم الطلاب حول استراتيجيات تسويق الخدمات المصرفية وتطبيقها في العمل العملي. يتم التركيز على فهم احتياجات العملاء المصرفيين وتقديم الخدمات المناسبة لتلبية تلك الاحتياجات. يتعلم الطلاب كيفية تحليل السوق وتطوير استراتيجيات تسويقية فعالة لزيادة قاعدة العملاء وتعزيز الولاء للمؤسسة المالية.

٣. اهداف البرنامج
١- فهم السوق المصرفية واحتياجات العملاء. ٢- تطوير استراتيجيات التسويق وبناء علاقات مع العملاء. ٣- تطبيق التكنولوجيا في التسويق المصرفي.

٤. الاعتماد البرامجي
❖ تسويق الخدمات المصرفية / ٢٠١١ / د. احمد محمود الزامل، و د. ناصر محمد سعود، و د. احمد يوسف عريقات، و د. سحر محمد فوطه. ❖ التسويق المصرفي / ٢٠١٩ / أ.م. د. احمد محمد فهمي سعيد البرزنجي، مدرس مخلد حمزة جدوع الشمري، مدرس نبراس جاسم كاظم الجابري.

٥. المؤثرات الخارجية الأخرى
• لا يوجد

٦. هيكلية البرنامج				
هيكل البرنامج	عدد المقررات	وحدة دراسية	النسبة المئوية	ملاحظات *
متطلبات المؤسسة	٩٨	98		مقرر أساسي + اختياري
متطلبات الكلية	نعم			
متطلبات القسم	نعم			
التدريب الصيفي	يوجد			
أخرى				

\* ممكن ان تتضمن الملاحظات فيما إذا كان المقرر أساسيا او اختياري.

٧. وصف البرنامج

السنة / المستوى	رمز المقرر أو المساق	اسم المقرر أو المساق	الساعات المعتمدة
٢٠٢٣-٢٠٢٤ / المستوى الثاني / الكورس الثاني	FBT206	تسويق خدمات مصرفية	نظري + عملي

٨. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

المعرفة

أ ١- تحليل فريد لخصائص الخدمات المصرفية: فحص عميق للتحديات والفرص الفريدة المتعلقة بتسويق الخدمات المصرفية.

أ ٢- استخدام فعال لأساليب الترويج والتسويق الرقمي: تطبيق أساليب متقدمة في الترويج والتسويق الرقمي لتعزيز جاذبية الخدمات المصرفية وتحسين تواصل العملاء.

أ ٣- تحليل احتياجات وتوقعات العملاء: تطوير مهارات تحليل احتياجات وتوقعات العملاء لتوجيه استراتيجيات التسويق نحو تلبية تلك الاحتياجات بشكل أفضل.

أ ٤- توجيه التسويق بناءً على تحليل السوق: استخدام تحليلات السوق لتوجيه جهود التسويق بشكل فعال، مع التركيز على فهم الاتجاهات الحالية والمستقبلية في قطاع الخدمات المصرفية.

المهارات

ب ١- تحليل التحديات والفرص في سوق الخدمات المصرفية: يهدف البرنامج إلى تمكين الطلاب من قدرة تحليلية قوية لفهم التحديات والفرص التي تواجه صناعة الخدمات المصرفية. يتعلم الطلاب كيفية تحليل البيانات المالية والاقتصادية والتنبؤ بالاتجاهات المستقبلية لتوجيه استراتيجيات التسويق بشكل فعال.

ب ٢- تنمية مهارات التسويق الرقمي: يركز البرنامج على تعزيز مهارات الطلاب في استخدام وسائل التسويق الرقمي لزيادة جاذبية الخدمات

المصرفية. يتعلم الطلاب كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق عبر البريد الإلكتروني والتحليلات الرقمية للوصول إلى الجمهور المستهدف وتعزيز التفاعل والمبيعات.

ب ٣- تحليل احتياجات العملاء وتوجيه استراتيجيات التسويق: يسعى البرنامج لتعزيز قدرة الطلاب على تحليل احتياجات وتفضيلات العملاء وتوجيه استراتيجيات التسويق بفعالية. يتعلم الطلاب كيفية إجراء بحوث السوق وتحليل البيانات لفهم السوق المستهدف وتحديد الفرص التسويقية وتطوير العروض التسويقية الملائمة.

ب ٤- استخدام تحليلات السوق لتوجيه جهود التسويق: يهدف البرنامج إلى تعزيز مهارات الطلاب في استخدام تحليلات السوق لتوجيه جهود التسويق بناءً على فهم دقيق للاحتياجات والاتجاهات السوقية. يتعلم الطلاب كيفية تحليل البيانات المتاحة للتحكم في استراتيجيات التسويق واتخاذ قرارات مستنيرة لتحقيق أهداف العمل وتلبية احتياجات العملاء بشكل فعال.

#### القيم

ج ١. الدقة: تعبر قيمة الدقة في مادة تسويق الخدمات المصرفية عن أهمية الحصول على معلومات صحيحة وموثوقة في ممارسة التسويق المصرفي. يساهم الالتزام بالدقة في اتخاذ القرارات الصحيحة وتحقيق نتائج موثوقة في تسويق الخدمات المصرفية.

ج ٢. الشفافية: تعكس قيمة الشفافية في مادة تسويق الخدمات المصرفية الحاجة إلى وضوح وصدق التعامل مع المعلومات المتعلقة بالخدمات المصرفية. تعزز الشفافية الثقة وتساهم في بناء علاقات مهنية موثوقة ومستدامة مع العملاء والشركاء.

ج ٣. التفوق في التسويق: تعكس قيمة التفوق في مادة تسويق الخدمات المصرفية السعي إلى التميز

والتفوق في تسويق الخدمات المصرفية. يهدف البرنامج إلى تطوير مهارات الطلاب في تحليل السوق وتحديد الفرص التسويقية وتصميم استراتيجيات فعالة لزيادة جاذبية الخدمات المصرفية وتحقيق نجاح تسويقي.

ج ٤. الابتكار في تسويق الخدمات المصرفية: تعكس قيمة الابتكار في مادة تسويق الخدمات المصرفية الحاجة إلى التفكير الإبداعي والتطور في تسويق الخدمات المصرفية. يشجع البرنامج الطلاب على تطوير أفكار جديدة وإيجاد حلول مبتكرة لتحسين تجربة العملاء وتلبية احتياجاتهم بشكل فعال في سوق الخدمات المصرفية.

٩. استراتيجيات التعليم والتعلم

1. تسويق خدمات المصرفية: تعريف الطلاب بالمبادئ الأساسية في تسويق خدمات المصرفية وأهميتها.
2. تطبيق التسويق العملي: تنمية مهارات الطلاب في تحليل السوق وتصميم استراتيجيات التسويق الملائمة لخدمات المصرفية وتطبيقها.
3. التحليل الاستراتيجي في المصرفية: تعزيز قدرة الطلاب على استخدام أدوات التحليل الاستراتيجي لتحليل البيانات واتخاذ قرارات تسويقية استراتيجية.

١٠. طرائق التقييم

الامتحانات الأسبوعية والشهرية واليومية وامتحان نهاية الكورس.

١١. الهيئة التدريسية

أعضاء هيئة التدريس: مؤيد عبد الواحد نجم

الرتبة العلمية		التخصص		المتطلبات/المهارات الخاصة (ان وجدت)		اعداد الهيئة التدريسية	
		عام	خاص			ملاك	محاضر
مدرس مساعد	علوم مالية ومصرفية	علوم مالية ومصرفية	علوم مالية ومصرفية			ملاك	

التطوير المهني

توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

دخول ورش ودورات بمختلف المجالات من اجل اكتساب مهارات إضافية.

التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

دخول ورش ودورات بمختلف المجالات من اجل اكتساب مهارات إضافية.

١٢. معيار القبول

- ١- المعدل.
- ٢- الرغبة.
- ٣- خطة القبول.

١٣. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- ١- تسويق الخدمات المصرفية / ٢٠١١ / د. احمد محمود الزامل، و د. ناصر محمد سعود، و د. احمد يوسف عريقات، و د. سحر محمد فوطة.
- ٢- التسويق المصرفي / ٢٠١٩ / أ.م. د. احمد محمد فهمي سعيد البرزنجي، مدرس مخلد حمزة جدوع الشمري، مدرس نبراس جاسم كاظم الجابري.

#### ١٤. خطة تطوير البرنامج

- ١- تحديث المحتوى العلمي: تهدف المادة إلى تحديث المحتوى العلمي في مجال تسويق الخدمات المصرفية بما يشمل أحدث التطورات والابتكارات الواقعية في هذا المجال. يتم تسليط الضوء على الأبحاث الحديثة والدراسات العلمية التي تساهم في فهم تحديات وفرص تسويق الخدمات المصرفية بشكل أفضل.
- ٢- تطوير مهارات التسويق العلمية: تركز المادة على تنمية مهارات الطلاب في تطبيق المفاهيم والأساليب التسويقية العلمية على خدمات المصرفية. يتم تعزيز فهمهم لعمليات التسويق الاستراتيجية والتكتيكات المناسبة لترويج وتسويق خدمات المصرفية بشكل فعال وواقعي.
- ٣- دراسة الحالات العملية: تشتمل المادة على دراسة الحالات العملية الواقعية في مجال تسويق الخدمات المصرفية. يتم تحليل حالات واقعية تواجهها المؤسسات المصرفية ويتم تطبيق المفاهيم التسويقية العلمية على حلولها. يتم تشجيع الطلاب على استخدام المعرفة العلمية لتطوير استراتيجيات تسويقية مبتكرة وفعالة لخدمات المصرفية

يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم

مخطط مهارات البرنامج

مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج												اساسي أم اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة / المستوى
القيم				المهارات				المعرفة							
ج ٤	ج ٣	ج ٢	ج ١	ب ٤	ب ٣	ب ٢	ب ١	أ ٤	أ ٣	أ ٢	أ ١				
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	اساسي	تسويق خدمات مصرفية	FBT206	2023-2024 المستوى الثاني / الكورس الثاني



## نموذج وصف المقرر

١. مقرر تسويق الخدمات المصرفية يهدف إلى تزويد الطلاب بالمهارات والمعرفة اللازمة لتسويق الخدمات المصرفية بطريقة محترفة وفعالة.
٢. يتضمن المقرر دراسة المفاهيم الأساسية في تسويق الخدمات المصرفية مثل التحليل السوقي وتحديد الجمهور المستهدف وتطوير استراتيجيات التسويق.
٣. يتم تناول الدروس العملية ودراسة الحالات التطبيقية المتعلقة بتسويق خدمات المصرفية لتزويد الطلاب بتجربة عملية حقيقية وفهم عملية التسويق في القطاع المصرفي.
٤. يركز المقرر على أحدث التطورات في مجال التسويق الرقمي واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا الحديثة في تسويق خدمات المصرفية.
٥. يتم تعزيز المهارات العملية مثل التواصل الفعال والقدرة على التفاوض وبناء علاقات عملاء قوية في سياق تسويق الخدمات المصرفية.
٦. يتطرق المقرر أيضاً إلى الجوانب القانونية والتنظيمية المتعلقة بتسويق الخدمات المصرفية، بما في ذلك معايير الامتثال وحماية المستهلك.
٧. يتم تشجيع الطلاب على تطبيق المفاهيم والمهارات المكتسبة في المقرر من خلال مشروعات عملية وحالات دراسية تطبيقية لتحسين قدراتهم التطبيقية والتفكير الاستراتيجي في تسويق الخدمات المصرفية.

## نموذج وصف المقرر

ت	الموضوعات	الأسابيع	ساعات التدريس
-١	مقدمة في التسويق والمفهوم التسويقي	الأول والثاني	٤
-٢	الخدمة المصرفية	الثالث والرابع	٤
-٣	تطوير المنتجات والخدمات المصرفية	الخامس والسادس	٤
-٤	المزيج التسويقي المصرفي	السابع	٤
-٥	الإدارة المصرفية	الثامن	٤
-٦	تطبيقات أنظمة الخدمات في المصارف	التاسع	٤
-٧	الاستراتيجيات الداعمة لأنظمة الخدمة المصرفية	العاشر	٤
-٨	التخطيط الاستراتيجي للتسويق المصرفي	الحادي عشر	٤
-٩	سلوك العميل وتجزئة السوق المصرفية	الثاني عشر	٤
-١٠	توزيع الخدمات المصرفية	الثالث عشر	٤
-١١	ترويج الخدمات المصرفية	الرابع عشر والخامس عشر	٤