



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جهاز الإشراف والتقويم العلمي
دائرة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي
قسم الاعتماد

دليل وصف البرنامج الأكاديمي والمقرر الدراسي

2025

المقدمة:

يُعد البرنامج التعليمي بمثابة حزمة منسقة ومنظمة من المقررات الدراسية التي تشتمل على إجراءات وخبرات تنظم بشكل مفردات دراسية الغرض الأساس منها بناء وصقل مهارات الخريجين مما يجعلهم مؤهلين لتلبية متطلبات سوق العمل يتم مراجعته وتقييمه سنوياً عبر إجراءات وبرامج التدقيق الداخلي أو الخارجي مثل برنامج الممتحن الخارجي.

يقدم وصف البرنامج الأكاديمي ملخص موجز للسمات الرئيسة للبرنامج ومقرراته مبيناً المهارات التي يتم العمل على اكسابها للطلبة مبنية على وفق اهداف البرنامج الأكاديمي وتتجلى أهمية هذا الوصف لكونه يمثل الحجر الأساس في الحصول على الاعتماد البرامجي ويشترك في كتابته الملاكات التدريسية بإشراف اللجان العلمية في الأقسام العلمية.

ويتضمن هذا الدليل بنسخته الثانية وصفاً للبرنامج الأكاديمي بعد تحديث مفردات وفقرات الدليل السابق في ضوء مستجدات وتطورات النظام التعليمي في العراق والذي تضمن وصف البرنامج الأكاديمي بشكلها التقليدي نظام (سنوي، فصلي) فضلاً عن اعتماد وصف البرنامج الأكاديمي المعمم بموجب كتاب دائرة الدراسات ت م 2906/3 في 2023/5/3 فيما يخص البرامج التي تعتمد مسار بولونيا أساساً لعملها.

وفي هذا المجال لا يسعنا إلا أن نؤكد على أهمية كتابة وصف البرامج الأكاديمية والمقررات الدراسية لضمان حسن سير العملية التعليمية.

مفاهيم ومصطلحات:

وصف البرنامج الأكاديمي: يوفر وصف البرنامج الأكاديمي إيجازاً مقتضباً لرؤيته ورسالته وأهدافه متضمناً وصفاً دقيقاً لمخرجات التعلم المستهدفة على وفق استراتيجيات تعلم محددة.

وصف المقرر: يوفر إيجازاً مقتضباً لأهم خصائص المقرر ومخرجات التعلم المتوقعة من الطالب تحقيقها مبرهنًا عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ويكون مشتق من وصف البرنامج.

رؤية البرنامج: صورة طموحة لمستقبل البرنامج الأكاديمي ليكون برنامجاً متطوراً وملهماً ومحفزاً وواقعياً وقابلاً للتطبيق.

رسالة البرنامج: توضح الأهداف والأنشطة اللازمة لتحقيقها بشكل موجز كما يحدد مسارات تطور البرنامج واتجاهاته.

أهداف البرنامج: هي عبارات تصف ما ينوي البرنامج الأكاديمي تحقيقه خلال فترة زمنية محددة وتكون قابلة للقياس والملاحظة.

هيكلية المنهج: كافة المقررات الدراسية / المواد الدراسية التي يتضمنها البرنامج الأكاديمي على وفق نظام التعلم المعتمد (فصلي، سنوي، مسار بولونيا) سواء كانت متطلب (وزارة، جامعة، كلية وقسم علمي) مع عدد الوحدات الدراسية.

مخرجات التعلم: مجموعة متوافقة من المعارف والمهارات والقيم التي اكتسبها الطالب بعد انتهاء البرنامج الأكاديمي بنجاح ويجب أن يُحدد مخرجات التعلم لكل مقرر بالشكل الذي يحقق أهداف البرنامج.

استراتيجيات التعليم والتعلم: بأنها الاستراتيجيات المستخدمة من قبل عضو هيئة التدريس لتطوير تعليم وتعلم الطالب وهي خطط يتم إتباعها للوصول إلى أهداف التعلم. أي تصف جميع الأنشطة الصفية واللاصفية لتحقيق نتائج التعلم للبرنامج.

نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

اسم الجامعة: الجامعة التقنية الشمالية

الكلية/ المعهد: معهد الإدارة التقني - نينوى

القسم العلمي: تقنيات مالية ومصرفية

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: دبلوم تقنيات المالية والمصرفية.

اسم الشهادة النهائية: دبلوم تقنيات مالية ومصرفية.

النظام الدراسي: مقررات

تاريخ اعداد الوصف: 2025/7/1

تاريخ ملء الملف: 2025/7/1

التوقيع :
اسم المعاون العلمي :
أ.م.د. أسامة عبد الكريم قاسم
التاريخ : ٢٠٢٥/٧/١

التوقيع :
اسم رئيس القسم: م.د. ولاء حازم سلطان
التاريخ

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: م.م. لمياء محمد غزال

التاريخ :- 2025/7/1

التوقيع

مصادقة السيد العميد

1. رؤية البرنامج

رؤية قسم التقنيات المالية والمصرفية تتمثل في إعداد خريجين يمتلكون الكفاءات العلمية والعملية الضرورية لمواجهة التحديات المعاصرة في القطاع المالي والمصرفي. يسعى القسم إلى تقديم تجربة تعليمية متكاملة تجمع بين المفاهيم النظرية والتطبيقات العملية، مما يعزز قدرة الطلاب على الابتكار والتكيف في بيئات العمل الديناميكية. كما يهدف إلى تخريج متخصصين قادرين على تطوير حلول مالية مبتكرة تلبي احتياجات السوق والمجتمع، وبالتالي رفع مستوى الممارسات المالية في العراق.

2. رسالة البرنامج

يهدف قسم التقنيات المالية والمصرفية إلى تزويد الطلاب بالمعرفة والمهارات اللازمة لفهم وتحليل الأنظمة المالية والمصرفية المعاصرة. نحن ملتزمون بتطوير برامج أكاديمية متقدمة تعزز التفكير النقدي والابتكار، مما يمكن الطلاب من مواجهة تحديات السوق المالي بكفاءة. كما نسعى لبناء شراكات مع المؤسسات المالية والمصرفية لتوفير فرص تدريب عملية تعزز من تجربة التعلم. نؤمن بأن خريجينا سيكونون قادة المستقبل في مجال المالية والمصرفية، مساهمين في تطوير الاقتصاد والمجتمع.

3. اهداف البرنامج

يهدف برنامج "تسويق خدمات مصرفية" إلى تزويد الطلاب بفهم شامل للاستراتيجيات والعمليات الأساسية التي تديرها المؤسسات المالية في مجال التسويق. يركز البرنامج على تطوير المهارات التحليلية اللازمة لتقييم سلوك العملاء واحتياجاتهم، مع التأكيد على أهمية الالتزام بالمعايير التنظيمية المحلية والدولية في تقديم الخدمات المالية.

ويسعى البرنامج إلى تعزيز الكفاءة التسويقية من خلال تطبيق تقنيات حديثة وأدوات تحليل البيانات، بالإضافة إلى تنمية مهارات التواصل الفعال مع العملاء والزملاء. هذا يعزز تجربة العملاء ويزيد من مستوى الرضا، مما يساهم في بناء علاقات قوية ومستدامة بين المؤسسة المالية وعملائها.

4. الاعتماد البرامجي

لا يوجد (تم التقديم على الاعتماد البرامجي)

5. المؤثرات الخارجية الأخرى

- ربط البرنامج بسوق العمل أو المجتمع: يعمل برنامج "تسويق خدمات مصرفية" على تعزيز التعاون مع المؤسسات المالية من خلال وجود جهات راعية، مما يساهم في تعديل المناهج الدراسية لتلبية احتياجات السوق. هذا التعاون يزيد من فرص تفاعل الطلاب مع المجتمع، مما يعزز من فهمهم للتحديات والفرص الموجودة في القطاع المالي.
- دعم مادي أو لوجستي أو تدريبي: تقدم الجهات الراعية دعمًا ماديًا ولوجستيًا، مما يساهم في تحسين جودة التعليم. من خلال توفير وسائل التدريب الحديثة، يتم تعزيز تجربة التعلم للطلاب، مما يخدمهم بشكل أفضل لمتطلبات سوق العمل.
- تسهيل التوظيف والتدريب العملي: تتيح الجهات الراعية للطلاب فرصًا للتدريب العملي والتوظيف من خلال شراكات مع المؤسسات المالية. هذا يسهل انتقال الطلاب إلى سوق العمل، مما يعزز من فرصهم في الحصول على وظائف مناسبة بعد التخرج.
- التوجيه المستمر للبرنامج: تقدم الجهات الراعية توجيهات استراتيجية ودعمًا مستمرًا للبرنامج، مما يساهم في تحسينه وتطويره وفقًا لأحدث الاتجاهات في صناعة الخدمات المصرفية. هذا التوجيه يضمن أن يبقى البرنامج محدثًا وملائمًا لاحتياجات السوق المتغيرة.

6. هيكلية البرنامج				
هيكل البرنامج	عدد المقررات	وحدة دراسية	النسبة المئوية	ملاحظات *
متطلبات المؤسسة (الجامعة)	10	20	19.8%	مقرر أساسي
متطلبات الكلية	6	15	14.8%	مقرر اساسي
متطلبات القسم	16	66	65.34%	رئيسية تخصص قسم
التدريب الصيفي				شهرين تدريب بمواقع تدريبية حكومية
أخرى				

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

7. وصف البرنامج				
السنة / المستوى	رمز المقرر أو المساق	اسم المقرر أو المساق	الساعات المعتمدة	
2024-2025 / المستوى الثاني - الفصل الثاني	FBT206	تسويق خدمات مصرفية	نظري	عملي
			2	2
يتم ادراج جميع المواد الدراسية بالتفصيل وحسب المستوى الدراسي				

المعرفة

تتمثل مخرجات التعلم المعرفية في النتائج المتوقعة التي تركز على اكتساب المعرفة والفهم ومهارات التفكير النقدي. تشمل هذه المخرجات قدرة الطلاب على تذكر الحقائق، وفهم المفاهيم، وتطبيق المعرفة، وتحليل المعلومات، وتقييمها، وتشكيلها. وفيما يلي بعض الأمثلة المتعلقة بمادة "تسويق خدمات مصرفية:"

1. تذكر: أن يكون الطالب قادرًا على تحديد المصطلحات الأساسية في تسويق الخدمات المصرفية، مثل "التسويق الرقمي" و"تحليل السوق".

2. فهم: أن يكون الطالب قادرًا على شرح كيفية عمل استراتيجيات التسويق الأساسية، مثل الحملات الإعلانية ووسائل التواصل الاجتماعي.

3. تطبيق: أن يكون الطالب قادرًا على استخدام المعرفة المكتسبة لحل مشكلات تسويقية معينة، مثل تطوير خطة تسويقية لجذب عملاء جدد.

4. تحليل: أن يكون الطالب قادرًا على تحليل بيانات السوق وتفسير الاتجاهات في سلوك العملاء.

5. تقييم: أن يكون الطالب قادرًا على تقييم تأثير استراتيجيات التسويق على أداء المؤسسة المالية، مثل تحليل العوائد من حملات تسويقية محددة.

6. تكوين: أن يكون الطالب قادرًا على تصميم استراتيجيات تسويقية جديدة لتحسين تجربة العملاء وزيادة الرضا بناءً على المعرفة التي اكتسبها.

تهدف هذه المخرجات إلى تجهيز الطلاب بالمهارات الضرورية لتطبيق معرفتهم في بيئات العمل الفعلية، مما يعزز فرص نجاحهم في مجال التسويق المالي.

بشكل عام، تركز مخرجات التعلم المعرفية على تطوير قدرة الطلاب على:

1. اكتساب المعرفة والفهم: فهم المفاهيم والتعريفات الأساسية المتعلقة بتسويق الخدمات المصرفية، مثل استراتيجيات التسويق المختلفة.

2. التفكير النقدي: تحليل المعلومات واكتشاف الأنماط في سلوك العملاء، والتوصل إلى استنتاجات قائمة على الأدلة المتاحة.

3. تطبيق المعرفة: استخدام المعرفة لحل المشكلات التسويقية، واتخاذ قرارات مدروسة، وتقديم تفسيرات منطقية لسلوك السوق.

4. تكوين المعرفة: إنشاء أفكار جديدة، مثل تطوير استراتيجيات مبتكرة لتحسين الحملات التسويقية.

5. تقييم المعلومات: القدرة على تقييم فعالية استراتيجيات التسويق ونتائجها، مما يساعد في تحسين عمليات اتخاذ القرار.

6. التفاعل مع بيئة العمل: تعزيز قدرة الطلاب على التواصل مع مختلف الأطراف المعنية في القطاع المصرفي، مما يساهم في تطوير مهاراتهم في التواصل والتفاوض.

تسهم هذه المخرجات في تعزيز جاهزية الطلاب لدخول سوق العمل وتطوير مهاراتهم الأكاديمية والمهنية.

المهارات

تتعلق مخرجات التعلم المهاراتية بمجموعة من القدرات والمهارات التي يجب أن يكتسبها المتعلم بعد إكمال عملية التعليم بنجاح. تشمل هذه المهارات جوانب عملية، مثل استخدام الأدوات المصرفية والتقنيات الحديثة، بالإضافة إلى مهارات فكرية، كحل المشكلات والتفكير النقدي، ومهارات تواصل، مثل الكتابة المهنية والتحدث الفعال.

لتوضيح ذلك:

- مخرجات التعلم المهاراتية: تشير إلى ما يُتوقع من المتعلم أن يكون قادرًا على القيام به بعد انتهاء عملية التعلم، مثل تنفيذ عمليات تسويقية بنجاح.
 - المهارات: هي القدرات التي يتم تعلمها من خلال التدريب والممارسة، مثل القدرة على تحليل بيانات السوق أو تنفيذ استراتيجيات تسويقية فعالة.
 - المتعلم: هو الفرد الذي يتعلم أو يكتسب مهارة جديدة، مما يعزز من قدرته على التكيف والابتكار في بيئات العمل المختلفة.
- تهدف هذه المخرجات إلى تجهيز الطلاب بالمهارات اللازمة لتحقيق النجاح في القطاع المصرفي، مما يساهم في تطوير أدائهم المهني وتعزيز قدرتهم على التفاعل الفعال في السوق.

أمثلة على مخرجات التعلم المهاراتية في مادة "تسويق خدمات مصرفية"

1. مهارات عملية: تشمل القدرة على استخدام برامج تسويقية محددة لإدارة الحملات، أو القدرة على إجراء معاملات مالية إلكترونية بكفاءة، أو القدرة على التعامل مع أنظمة الدفع الحديثة.
 2. مهارات فكرية: تتضمن القدرة على حل المشكلات المتعلقة بالتسويق المصرفي، مثل تحليل سلوك العملاء، أو القدرة على تقييم استراتيجيات التسويق، أو التفكير النقدي في اتخاذ القرارات التسويقية.
 3. مهارات تواصل: تشمل القدرة على التحدث بوضوح وفعالية مع العملاء والزملاء، أو القدرة على كتابة تقارير تسويقية دقيقة ومنظمة، أو القدرة على إيصال الأفكار والمعلومات بشكل واضح خلال العروض التقديمية.
- تهدف هذه المخرجات إلى تعزيز قدرة الطلاب على التفاعل بشكل فعال في بيئة العمل المصرفي، مما يساهم في تطوير مهاراتهم المهنية ويعزز فرص نجاحهم في القطاع المالي.

أهمية مخرجات التعلم المهاراتية في مادة "تسويق خدمات مصرفية"

1. تعزيز عملية التعلم: تساهم مخرجات التعلم المهاراتية في تحديد أهداف واضحة يجب تحقيقها خلال دراسة تسويق الخدمات المصرفية، مما يجعل عملية التعلم أكثر تركيزًا وفعالية. هذا التحديد يساعد الطلاب على توجيه جهودهم نحو تحقيق النتائج المرجوة.
2. تحسين الأداء: عندما يكتسب المتعلم مهارات محددة تتعلق بتسويق الخدمات المصرفية، يصبح قادرًا على أداء المهام بشكل أفضل وأكثر كفاءة. ينعكس هذا التحسين إيجابًا على جودة العمل في بيئات المؤسسات المالية.
3. توفير فرص عمل: العديد من المهارات المكتسبة خلال دراسة تسويق الخدمات المصرفية هي مهارات مطلوبة بشدة في سوق العمل، مما يزيد من فرص المتعلمين في الحصول على وظائف جيدة وملائمة.

4. تطوير الذات: يساعد اكتساب مهارات جديدة في مجال تسويق الخدمات المصرفية على تطوير الذات وتعزيز الثقة بالنفس. هذا الشعور بالتمكن يعزز قدرة الطلاب على مواجهة التحديات في البيئة المهنية.

تؤكد هذه الأهمية على ضرورة التركيز على مخرجات التعلم المهاراتية كجزء أساسي من برنامج دراسة تسويق الخدمات المصرفية، مما يساهم في إعداد خريجين متميزين ومؤهلين لمواجهة تحديات سوق العمل.

كيفية تحقيق مخرجات التعلم المهاراتية في مادة "تسويق خدمات مصرفية"

1. التدريب العملي: توفير فرص للمتعلمين لممارسة المهارات الجديدة في بيئة عمل حقيقية، مثل التدريب في البنوك أو المؤسسات المالية، مما يعزز من فهمهم العملي لتسويق الخدمات.

2. الممارسة: تشجيع المتعلمين على تكرار المهارات المكتسبة بشكل مستمر، مما يساعدهم على التمكن منها وإتقانها، مثل إعداد الحملات التسويقية أو استخدام أدوات التحليل المالية.

3. التغذية الراجعة: الحصول على ملاحظات حول الأداء من المعلمين أو المدربين، مما يمكن المتعلمين من تحسين أدائهم ومعالجة نقاط الضعف.

4. التحدي: مواجهة تحديات جديدة تتعلق بتسويق الخدمات المصرفية، مثل تحليل سلوك العملاء أو تطوير استراتيجيات جديدة، مما يعزز من مهارات التفكير النقدي والابتكار.

5. التعلم الذاتي: تشجيع المتعلمين على الاستمرار في تطوير مهاراتهم من خلال الدراسة والبحث، مثل متابعة أحدث الاتجاهات في القطاع المالي أو الانخراط في الدورات التدريبية الإضافية.

تساهم هذه الاستراتيجيات في تعزيز قدرة الطلاب على تحقيق مخرجات التعلم المهاراتية، مما يهيئهم بشكل أفضل لدخول سوق العمل في مجال تسويق الخدمات المصرفية.

القيم

مخرجات القيم التعلم المتوقعة في مادة "تسويق خدمات مصرفية"

تعكس مخرجات القيم التعلم المتوقعة ما يُتوقع من المتعلم اكتسابه من خلال عملية التعلم، وهي نتائج محددة تعبر عن المستوى الذي ينبغي أن يصل إليه المتعلم من المعرفة، المهارات، والمواقف بعد إتمام العملية التعليمية.

تحديد مخرجات القيم التعلم المتوقعة:

1. المعلومات: يجب تحديد المعلومات الأساسية التي ينبغي أن يعرفها المتعلم، مثل فهم الأنظمة المالية والمصرفية، واللوائح التنظيمية، والممارسات الجيدة في تسويق الخدمات المصرفية.

2. المهارات: يجب تحديد المهارات التي ينبغي أن يكون المتعلم قادرًا على تطويرها، مثل التفكير النقدي لتحليل بيانات السوق، وحل المشكلات المتعلقة بالتسويق، ومهارات التواصل الفعال مع العملاء والزملاء.

3. المواقف: ينبغي تحديد القيم والمواقف التي يجب أن يتحلى بها المتعلم، مثل النزاهة في التعاملات التسويقية، والاحترام تجاه العملاء، والمساءلة عن القرارات المتخذة في السياق المصرفي.

تساهم هذه المخرجات في تشكيل شخصية المتعلم وتعزيز قدرته على التفاعل بشكل إيجابي وأخلاقي في بيئة العمل، مما يساهم في تطوير ممارسات مصرفية مسؤولة ومستدامة.

أهمية مخرجات القيم التعلم المتوقعة في مادة "تسويق خدمات مصرفية"

1. إعداد الخريجين: تساهم هذه المخرجات في تجهيز الطلاب بالمعرفة والمهارات الأساسية التي تؤهلهم للنجاح في مجالاتهم المهنية. فهي تشكل الأساس الذي يحتاجه الخريجون لمواجهة تحديات سوق العمل بفعالية.
 2. قياس الجودة: تلعب مخرجات القيم دورًا حيويًا في تقييم فعالية العملية التعليمية. من خلال تحليل هذه المخرجات، يمكن تحديد نقاط القوة والضعف في البرامج الأكاديمية، مما يساهم في تحسين جودة التعليم المقدمة.
 3. التخطيط: تساعد مخرجات القيم في توجيه التخطيط للأنشطة التعليمية، حيث توفر أساسًا لتصميم مواد التعلم واختيار استراتيجيات التدريس المناسبة. هذا يضمن أن تكون العملية التعليمية متكاملة وفعالة، مما يعزز من تجربة التعلم لدى الطلاب.
- بناءً على ما سبق، فإن التركيز على مخرجات القيم التعلم المتوقعة يعد ضروريًا لتطوير برامج تعليمية فعالة تواكب احتياجات السوق وتساهم في تحقيق النجاح المهني للخريجين.

أمثلة لمخرجات القيم التعلم المتوقعة في مادة "تسويق خدمات مصرفية"

1. في مجال المعرفة: ينبغي أن يتمكن المتعلم من فهم المفاهيم الأساسية المتعلقة بتسويق الخدمات المصرفية، مثل تفسير استراتيجيات التسويق وتحليل الاتجاهات في السوق المالية.
 2. في مجال المهارات: يتوقع من المتعلم أن يكون قادرًا على حل المشكلات المتعلقة بالتسويق المصرفي، وتحليل بيانات العملاء بكفاءة، بالإضافة إلى التواصل الفعال مع الزملاء والعملاء.
 3. في مجال المواقف: يجب أن يسعى المتعلم إلى تطوير موقف إيجابي تجاه التعلم المستمر، مع تبني قيم مثل النزاهة والالتزام المهني في جميع جوانب عمله.
- تساعد هذه المخرجات على تشكيل شخصية المتعلم بشكل متكامل، مما يساهم في نجاحه في مجال التسويق المصرفي.

أمثلة لمخرجات القيم التعلم المهني في مادة "تسويق خدمات مصرفية"

- في مجال تسويق الخدمات المصرفية: ينبغي أن يتمكن المتعلم من تنفيذ استراتيجيات تسويقية فعالة، وتقديم المشورة للعملاء حول المنتجات والخدمات، وإدارة الحملات التسويقية في المؤسسات المالية.
- في مجال التحليل التسويقي: يجب أن يكون المتعلم قادرًا على تحليل بيانات السوق، وإعداد التقييمات الاستراتيجية للمنتجات، وقيادة فرق العمل في تطوير تقارير تسويقية شاملة.
- في مجال خدمة العملاء: يتوقع من المتعلم أن يتمكن من تصميم استراتيجيات لتحسين تجربة العملاء، وتقييم احتياجاتهم، وتطوير مهارات التواصل الفعال لضمان تقديم خدمة متميزة.
- تساعد هذه المخرجات على تعزيز قدرة المتعلم على النجاح في مجال تسويق الخدمات المصرفية.

مخرجات القيم التعلم المتوقعة في مادة "تسويق خدمات مصرفية"

مخرجات القيم التعلم المتوقعة ليست مجرد قائمة من الأهداف، بل هي أداة تستخدمها المؤسسات التعليمية لتقييم الطلاب، وتحسين جودة التعليم، وإعداد الخريجين للنجاح في حياتهم.

1. في مجال إدارة المخاطر: يجب على المتعلم أن يكون قادرًا على تحديد المخاطر المحتملة، وتحليل تأثيرها على العمليات المصرفية، وتطوير استراتيجيات للتخفيف منها.
 2. في مجال التسويق المصرفي: ينبغي أن يتمكن المتعلم من تصميم حملات تسويقية فعالة، وتحليل بيانات السوق، وتطوير استراتيجيات لجذب العملاء الجدد.
 3. في مجال الامتثال: يجب أن يكون المتعلم قادرًا على فهم القوانين واللوائح المالية، وتطبيقها بشكل صحيح، وتقييم مدى التزام المؤسسة بها.
 4. في مجال الابتكار التكنولوجي: يجب على المتعلم أن يتمكن من استخدام تقنيات جديدة لتحسين العمليات المصرفية، وتطبيق الحلول التكنولوجية لتعزيز الكفاءة والفعالية.
- تسهم هذه المخرجات في إعداد خريجين متميزين قادرين على مواجهة تحديات السوق وتحقيق النجاح المهني في مجال تسويق الخدمات المصرفية.

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

- طرق التعليم والتعلم في مادة "تسويق خدمات مصرفية"
1. المحاضرات التقليدية: تُستخدم لتقديم المعرفة الأساسية والمفاهيم النظرية المتعلقة بتسويق الخدمات المصرفية والتقنيات المالية.
 2. التعلم التفاعلي: يتم من خلال المناقشات الجماعية وورش العمل، مما يعزز فهم الطلاب من خلال التفاعل وتبادل الأفكار.
 3. التعلم القائم على المشاريع: يشمل تكليف الطلاب بمشاريع عملية تتعلق بتسويق الخدمات المصرفية، مما يساعد على تطبيق المعرفة المكتسبة في سياقات حقيقية.
 4. الدروس العملية: تُعقد في مختبرات محاكاة تتيح للطلاب تجربة استخدام البرمجيات المصرفية وتحليل البيانات المالية في بيئة آمنة.
 5. التقنيات الرقمية: تشمل استخدام المنصات الإلكترونية للتعلم، مثل الدورات عبر الإنترنت والمحتوى التعليمي الرقمي، مما يسهل الوصول إلى المعلومات في أي وقت.
 6. المحاكاة: استخدام برامج محاكاة لتجسيد العمليات التسويقية، مما يسمح للطلاب بفهم كيفية عمل الأنظمة المالية والمصرفية بشكل عملي.

7. التدريب العملي: يشمل تدريب الطلاب في المؤسسات المالية، مما يمنحهم خبرة مباشرة في بيئة العمل.
8. التقييم المستمر: يتم من خلال الاختبارات القصيرة، والأبحاث، وتقديم العروض، مما يساعد على قياس مستوى فهم الطلاب وتقديمهم.
- تُسهم هذه الطرق في تعزيز تجربة التعلم وتزويد الطلاب بالمعرفة والمهارات اللازمة لتحقيق النجاح في مجال تسويق الخدمات المصرفية.

10. طرائق التقييم

- طرق التعليم والتعلم في مادة "تسويق خدمات مصرفية"
1. المحاضرات التقليدية: تُستخدم لتقديم المعرفة الأساسية والمفاهيم النظرية المتعلقة بتسويق الخدمات المصرفية والتقنيات المالية.
2. التعلم التفاعلي: يتم من خلال المناقشات الجماعية وورش العمل، مما يعزز فهم الطلاب من خلال التفاعل وتبادل الأفكار.

3. التعلم القائم على المشاريع: يشمل تكليف الطلاب بمشاريع عملية تتعلق بتسويق الخدمات المصرفية، مما يساعد على تطبيق المعرفة المكتسبة في سياقات حقيقية.
 4. الدروس العملية: تُعقد في مختبرات محاكاة تتيح للطلاب تجربة استخدام البرمجيات المصرفية وتحليل البيانات المالية في بيئة آمنة.
 5. التقنيات الرقمية: تشمل استخدام المنصات الإلكترونية للتعلم، مثل الدورات عبر الإنترنت والمحتوى التعليمي الرقمي، مما يسهل الوصول إلى المعلومات في أي وقت.
 6. المحاكاة: استخدام برامج محاكاة لتجسيد العمليات التسويقية، مما يسمح للطلاب بفهم كيفية عمل الأنظمة المالية والمصرفية بشكل عملي.
 7. التدريب العملي: يتضمن تدريب الطلاب في المؤسسات المالية، مما يمنحهم خبرة مباشرة في بيئة العمل.
 8. التقييم المستمر: يتم من خلال الاختبارات القصيرة، والأبحاث، وتقديم العروض، مما يساعد على قياس مستوى فهم الطلاب وتقديمهم.
- تُساهم هذه الطرق في تعزيز تجربة التعلم وتزويد الطلاب بالمعرفة والمهارات اللازمة لتحقيق النجاح في مجال تسويق الخدمات المصرفية.

11. الهيئة التدريسية					
أعضاء هيئة التدريس (يذكر جميع التدريسيين في القسم العلمي مع المحاضرين الخارجين والداخلين)					
المرتبة العلمية		التخصص		المتطلبات/المهارات الخاصة (ان وجدت)	
				اعداد الهيئة التدريسية	
		عام	خاص	ملاك	محاضر
مدرس مساعد/ مؤيد عبد الواحد نجم حسن		العلوم المالية والمصرفية	علوم مالية ومصرفية	ملاك	

التطوير المهني
توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد
1. دورات تدريبية في مجال الاختصاص: تشمل ورش عمل ودورات متخصصة في العمليات المصرفية، مثل إدارة المخاطر، والتحليل المالي، والتسويق المصرفي. 2. دورات خاصة بالتعليم والتعلم: تركز على استراتيجيات التدريس الحديثة، وكيفية تفعيل التعلم النشط، وتعزيز مهارات التواصل مع الطلاب. 3. دورات خاصة بكيفية نشر البحث العلمي: تقدم إرشادات حول كيفية إعداد ونشر الأبحاث العلمية في مجالات المالية والمصرفية، مما يساعد الطلاب على تطوير مهارات البحث والكتابة الأكاديمية. 4. دورات في استخدام التقنيات المالية: تتناول كيفية استخدام البرمجيات والأدوات التكنولوجية في العمليات المصرفية، مثل أنظمة إدارة البيانات المالية. 5. دورات في إدارة المشاريع: تركز على كيفية تخطيط وتنفيذ المشاريع في المجال المصرفي، مما يعزز من مهارات إدارة الوقت والموارد.

6. دورات في مهارات التواصل: تهدف إلى تحسين مهارات التواصل الشفوي والكتابي لدى الطلاب، مما يساعدهم في التفاعل مع العملاء والزعماء في بيئة العمل.

7. تساهم هذه الدورات في تطوير مهارات الطلاب وتعزيز جاهزيتهم لدخول سوق العمل في مجال تسويق الخدمات المصرفية والتقنيات المالية.

التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

1. دورات تدريبية في مجال الاختصاص: تشمل ورش عمل متخصصة في إدارة المخاطر والتحليل المالي.

2. تطوير مهارات النشر العلمي: تقدم إرشادات حول كتابة ونشر الأبحاث في المجالات المالية.

3. دورات في إدارة عمليات الصيرفة: تهدف إلى تحسين فهم أساليب إدارة العمليات المصرفية.

4. دورات في استخدام البرمجيات المالية: تركز على تعليم استخدام البرمجيات الحديثة لدعم العمليات المصرفية.

5. تدريب عملي على المهارات المالية: يتيح للطلاب تطبيق المعرفة في بيئات عمل حقيقية.

6. دورات في استراتيجيات التسويق المصرفي: تعزز فهم كيفية جذب العملاء وتلبية احتياجاتهم.

7. تساهم هذه الدورات في تجهيز الطلاب بالمعرفة والمهارات اللازمة لتحقيق النجاح في مجال تسويق الخدمات المصرفية.

12. معيار القبول

المعايير المعتمدة في القبول المركزي الخاصة بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي

1- المعدل التراكمي: يُعتبر المعدل التراكمي في المرحلة الثانوية (العلمي، الأدبي، التجاري) أحد المتطلبات الأساسية للقبول، حيث يُحدد الحد الأدنى المطلوب لكل نوع من المعاهد.

2- التخصصات المتاحة: تُحدد التخصصات التي يمكن للطلبة الالتحاق بها بناءً على نوع الشهادة الثانوية، مما يتيح للطلاب اختيار المسار المناسب لمهاراتهم واهتماماتهم.

3- الوثائق المطلوبة: يجب على المتقدمين تقديم جميع الوثائق اللازمة، بما في ذلك الشهادات الثانوية والهوية الوطنية، ضمن المواعيد المحددة.

13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

يذكر اهم المصادر المستخدمة والمعتمدة للدروس الاساسية في قسم التقنيات المالية والمصرفية.

1. المراجع الأكاديمية: تشمل كتب ومؤلفات متخصصة في المالية والمصرفية، مثل "المالية العامة" و"إدارة البنوك" و"تسويق الخدمات المصرفية" و"رياضيات مالية" وغيرها.
 2. المقالات البحثية: تُستخدم الأبحاث والدراسات المنشورة في مجلات علمية مرموقة لتزويد الطلاب بأحدث الاتجاهات والمعارف في المجال.
 3. الدورات التدريبية: تتضمن دورات معتمدة من مؤسسات متخصصة في التقنيات المالية، مما يعزز من الفهم العملي للنظريات.
 4. التقارير المالية: تُعتبر تقارير الشركات والبنوك مصدراً مهماً لفهم كيفية عمل الأسواق المالية.
 5. المحاضرات الإلكترونية: توفر المنصات التعليمية محتوى رقمياً يشمل محاضرات ودروس تفاعلية.
 6. الأدلة الإرشادية: تحتوي على معلومات حول القوانين واللوائح المالية والمصرفية، مما يساعد الطلاب على فهم الإطار التنظيمي.
- تسهم هذه المصادر في توفير قاعدة معرفية قوية للطلاب، مما يعزز من قدراتهم على النجاح في مجال التقنيات المالية والمصرفية.

جهود قسم التقنيات المالية والمصرفية في تحديث المناهج وتعزيز التعليم

1. تحديث المناهج: يتم العمل على تحديث المناهج الدراسية بشكل دوري لضمان توافقها مع احتياجات سوق العمل، مما يضمن تزويد الطلاب بالمعارف والمهارات المطلوبة.
 2. تطوير المختبرات التعليمية: يسعى القسم إلى تحسين المختبرات التعليمية من خلال تجهيزها بأحدث التقنيات والأدوات، مما يوفر بيئة تعليمية عملية تعزز من التجربة الأكاديمية.
 3. تطوير الحقول التعليمية: يركز القسم على توسيع مجالات الدراسة والبحث، مما يتيح للطلاب استكشاف تخصصات جديدة ومجالات مبتكرة في التقنيات المالية والمصرفية.
- تساهم هذه الجهود في تعزيز جودة التعليم وتهيئة الطلاب لمواجهة تحديات السوق بشكل فعال.

مخطط مهارات البرنامج																		
مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج												اساسي أم اختياري				اسم المقرر	رمز المقرر	السنة / المستوى
القيم				المهارات				المعرفة										
ج4	ج3	ج2	ج1	ب4	ب3	ب2	ب1	أ4	أ3	أ2	أ1							
																		المستوى الاول
																		المستوى الثاني
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	أساسي				تسويق خدمات مصرفية	FBT206	
																		المستوى الثالث
																		المستوى الرابع

تذكر جميع المقررات وحسب المستوى الدراسي

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



نموذج وصف المقرر

	1. اسم المقرر: تسويق خدمات مصرفية
	2. رمز المقرر: FBT206
	3. الفصل الدراسي / السنة: المستوى الثاني – الفصل الثاني / 2024-2025
	4. تاريخ إعداد الوصف: 2025/7/1
	5. أشكال الحضور المتاحة: - القاعة الدراسية
	6. عدد الساعات المعتمدة (الإجمالي) / عدد الوحدات (الإجمالي): 4 ساعات / 4 وحدات
	7. اسم مسؤول المقرر (اذكر جميع الأسماء، إذا كان هناك أكثر من اسم واحد)
	الاسم: مدرس مساعد / مؤيد عبد الواحد نجم البريد الإلكتروني: moayad.a.wahid@ntu.edu.iq
	8. أهداف المقرر
	الأهداف 1- فهم تسويق الخدمات المصرفية. 2- تطوير المهارات التحليلية. 3- تطبيق المعرفة عملياً.
استراتيجيات التدريس والتعلم في مادة "تسويق خدمات مصرفية" 1. أ ل م ح	9. استراتيجيات التدريس والتعلم استراتيجيات التدريس والتعلم في مادة "تسويق خدمات مصرفية" المحاضرات التقليدية: تُستخدم لتقديم المقررات الأساسية والمفاهيم النظرية المتعلقة بتسويق الخدمات المصرفية. التعلم التفاعلي: يتم تنظيم مناقشات وورش عمل لتعزيز الفهم من خلال التفاعل بين الطلاب. التعلم القائم على المشاريع: يتضمن تكليف الطلاب بمشاريع عملية تتعلق بتسويق الخدمات المصرفية. الدروس العملية: تُستخدم مختبرات محاكاة لتوفير تجربة استخدام البرمجيات المصرفية.

١	التقنيات الرقمية: الاستفادة من المنصات الإلكترونية لتوفير محتوى تعليمي متنوع ومرن.
٢	المحاكاة: استخدام برامج محاكاة لتجسيد العمليات التسويقية في المؤسسات المالية.
٣	التدريب العملي: توفير فرص التدريب في المؤسسات المالية لتعزيز الخبرة العملية.
٤	التقييم المستمر: إجراء اختبارات قصيرة وأبحاث لقياس تقدم الطلاب في فهمهم لمفاهيم التسويق المصرفي.
٥	
٦	
٧	
٨	
٩	
١٠	
١١	
١٢	
١٣	
١٤	
١٥	
١٦	
١٧	
١٨	
١٩	
٢٠	
٢١	
٢٢	
٢٣	
٢٤	
٢٥	
٢٦	
٢٧	
٢٨	
٢٩	
٣٠	
٣١	
٣٢	
٣٣	
٣٤	
٣٥	
٣٦	
٣٧	
٣٨	
٣٩	
٤٠	
٤١	
٤٢	
٤٣	
٤٤	
٤٥	
٤٦	
٤٧	
٤٨	
٤٩	
٥٠	
٥١	
٥٢	
٥٣	
٥٤	
٥٥	
٥٦	
٥٧	
٥٨	
٥٩	
٦٠	
٦١	
٦٢	
٦٣	
٦٤	
٦٥	
٦٦	
٦٧	
٦٨	
٦٩	
٧٠	
٧١	
٧٢	
٧٣	
٧٤	
٧٥	
٧٦	
٧٧	
٧٨	
٧٩	
٨٠	
٨١	
٨٢	
٨٣	
٨٤	
٨٥	
٨٦	
٨٧	
٨٨	
٨٩	
٩٠	
٩١	
٩٢	
٩٣	
٩٤	
٩٥	
٩٦	
٩٧	
٩٨	
٩٩	
١٠٠	

4.	
----	--

7.	
----	--

8.	
----	--

١٠ ١١ ١٢ ١٣ ١٤ ١٥ ١٦ ١٧ ١٨ ١٩ ٢٠ ٢١ ٢٢ ٢٣ ٢٤ ٢٥ ٢٦ ٢٧ ٢٨ ٢٩ ٣٠ ٣١ ٣٢ ٣٣ ٣٤ ٣٥ ٣٦ ٣٧ ٣٨ ٣٩ ٤٠ ٤١ ٤٢ ٤٣ ٤٤ ٤٥ ٤٦ ٤٧ ٤٨ ٤٩ ٥٠ ٥١ ٥٢ ٥٣ ٥٤ ٥٥ ٥٦ ٥٧ ٥٨ ٥٩ ٦٠ ٦١ ٦٢ ٦٣ ٦٤ ٦٥ ٦٦ ٦٧ ٦٨ ٦٩ ٧٠ ٧١ ٧٢ ٧٣ ٧٤ ٧٥ ٧٦ ٧٧ ٧٨ ٧٩ ٨٠ ٨١ ٨٢ ٨٣ ٨٤ ٨٥ ٨٦ ٨٧ ٨٨ ٨٩ ٩٠ ٩١ ٩٢ ٩٣ ٩٤ ٩٥ ٩٦ ٩٧ ٩٨ ٩٩ ١٠٠	
--	--

١ ل م ن ف ي .						
				الاستراتيجية		
	10. بنية المقرر (تذكر جميع المفردات النظرية والعملية)					
	طريقة التقييم	طريقة التعليم	اسم الوحدة / أو الموضوع	مخرجات التعلم المطلوبة	الساعات	الأسبوع
	الامتحان نظري + عملي	عرض تقديمي، شرح أسئلة وأجوبة، مناقشة	تعريف التسويق. المفهوم التسويقي. العناصر الأساسية للمفهوم التسويقي. نشوء المفهوم التسويقي. مراحل تطور المفهوم التسويقي في صناعة المصارف.	مقدمة في التسويق والمفهوم التسويقي	4	الأسبوع الأول الأسبوع الثاني
	الامتحان نظري + عملي	عرض تقديمي، شرح أسئلة وأجوبة، مناقشة	مقدمة عن الخدمة المصرفية الخصائص المميزة للخدمات المصرفية أهمية التسويق المصرفي المنتج نظم الخدمات المصرفية	الخدمة المصرفية	4	الأسبوع الثالث الأسبوع الرابع
	الامتحان نظري + عملي	عرض تقديمي، شرح أسئلة وأجوبة، مناقشة	مقدمة تطور المنتج وتجزئة السوق مفهوم المنتج المصرفي اهداف ووسائل تطور المنتج المصرفي مصادر الأفكار الجديدة للمنتج المصرفي استراتيجيات تطوير المنتج المصرفي	تطور المنتجات والخدمات المصرفية	4	الأسبوع الخامس الأسبوع السادس
الامتحان نظري + عملي	عرض تقديمي، شرح أسئلة وأجوبة، مناقشة	المزيج التسويقي للخدمات المزيج التسويقي للخدمات المصرفية عناصر المزيج التسويقي للخدمات المصرفية	المزيج التسويقي المصرفي	4	الأسبوع السابع	
الامتحان نظري + عملي	عرض تقديمي، شرح أسئلة وأجوبة، مناقشة	مقدمة نظام الإدارة المصرفية وظيفة التسويق المصرفي المنهج التسويقي لتقديم الخدمة المصرفية المهمة المزدوجة لإدارة التسويق المصرفي المزيج التسويقي لتوظيف الودائع برنامج التسويق المصرفي	الإدارة المصرفية	4	الأسبوع الثامن	

الأسبوع التاسع	4	تطبيقات أنظمة الخدمات المصرفية	مقدمة الخدمة المصرفية كعملية مستويات الاتصال الشخصي بالعمل الخدمة المصرفية كنظام نظام تسويق الخدم المصرفية	عرض تقديمي، شرح أسئلة وأجوبة، مناقشة	الامتحان نظري + عملي
الأسبوع العاشر	4	الاستراتيجيات الداعمة لأنظمة الخدمة المصرفية	مقدمة العلاقة التفاعلية بين المصرف والعمل الاستراتيجيات التي تساعد المصرف في تشخيص وإدارة العلاقات التبادلية الاحتفاظ بالعملاء وتسويق العلاقة مجالات الاحتفاظ بالعملاء وتسويق العلاقة	عرض تقديمي، شرح أسئلة وأجوبة، مناقشة	الامتحان نظري + عملي
الأسبوع الحادي عشر	4	التخطيط الاستراتيجي للمصرفي	مقدمة صياغة الاستراتيجية التخطيط المصرفي تجزئة السوق المصرفية	عرض تقديمي، شرح أسئلة وأجوبة، مناقشة	الامتحان نظري + عملي
الأسبوع الثاني عشر	4	سلوك العميل وتجزئة السوق المصرفية	مقدمة سلوك واتجاهات العميل العوامل التي تؤثر على العملاء المصرف تجزئة السوق	عرض تقديمي، شرح أسئلة وأجوبة، مناقشة	الامتحان نظري + عملي
الأسبوع الثالث عشر	4	توزيع الخدمات المصرفية	مقدمة اختيار موقع المصرف قنوات توزيع الخدمة المصرفية أهمية فروع المصرف التكنولوجيا المصرفية أساليب اختيار موقع فروع المصرف العوامل المؤثرة على اختيار منفذ التوزيع استراتيجيات التوزيع	عرض تقديمي، شرح أسئلة وأجوبة، مناقشة	الامتحان نظري + عملي
الأسبوع الرابع عشر الأسبوع الخامس عشر	4	ترويج الخدمات المصرفية	مقدمة النشاط الترويجي العوامل المؤثرة على اختيار المزيج الترويجي عناصر المزيج الترويجي الاختلافات بين مفهومي الإعلان والدعاية استراتيجيات الترويج	عرض تقديمي، شرح أسئلة وأجوبة، مناقشة	الامتحان نظري + عملي

11. تقييم المقرر					
تقسيم الدرجة 100 • امتحان شهر أول 40: درجة • امتحان شهر ثاني 40: درجة • تحضير وحضور وواجبات 20: درجة ○ تحضير 10: درجات ○ حضور 5: درجات ○ واجبات 5: درجات المجموع الكلي: 100 درجة					
12. موارد التعلم والتعليم					
لا يوجد كتاب منهجي للمادة.			الكتب الدراسية المطلوبة (كتب المناهج الدراسية، إن وجدت)		
1. أ.م. د. أحمد محمد فهمي سعيد البرزنجي مخلد حمزة جدوع الشمري، و م. نب جاسم كاظم الجابري. (2019) الد الاولى). <i>التسويق المصرفي</i> . بغداد: م المنهج للنشر والتوزيع. 2. د. احمد محمود الزامل، د. ناصر محمد جرادات، د. احمد يوسف عريقات، و د. محمد فوطه . (الطبعة الاولى 11) <i>تسويق الخدمات المصرفية</i> . 3. د. فضل محمد ابراهيم المحمودي. (14) <i>التسويق المصرفي</i> . صنعاء: جامعة ال والتكنولوجيا. 4. محمد الفاتح محمود بشير المغ (2022). <i>تسويق الخدمات المصرفية</i> القاهرة: الاكاديمية الحديثة للكتاب الجام			المراجع الرئيسية (المصادر)		
- تسويق الخدمات المصرفية – تأليف – د. درمان سليمان صادق النمر و د. نجلة يونس محمد. - التسويق المصرفي – تأليف – د. تيسير العفيشا العجاردة.			الكتب والمراجع الموصى بها (المجلات العلمية والتقارير...)		

https://youtube.com/@muayadnajm?si=UtgYYOZ4eec_q19b

المراجع الإلكترونية والمواقع الإلكترونية