

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

استمارة وصف البرنامج الأكاديمي للكليات والمعاهد

الجامعة : ذي قار

الكلية/المعهد: الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي : العلوم المالية والمصرفية

تاريخ ملء الملف : ٢٠٢٤-٢-٢

التوقيع : التوقيع :

اسم المعاون العلمي : د. اسحاق ناصر حسين

اسم رئيس القسم : د. عباس كاطع عطية

التاريخ : ٢٠٢٤-٢-٢

التاريخ : ٢٠٢٢-**-**

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: م.م. حيدر عبد راضي

التاريخ

التوقيع

مصادقة السيد العميد

أ.د. صادق زوير لجلاج

١٠. مخرجات البرنامج المطلوبة وطرائق التعليم والتعلم والتقييم

أ- الاهداف المعرفية

أ١-

أ٢-

أ٣-

أ٤-

أ٥-

أ٦-

ب - الأهداف المهاراتية الخاصة بالبرنامج

ب ١ -

ب ٢ -

ب ٣ -

طرائق التعليم والتعلم

طرائق التقييم

ج- الأهداف الوجدانية والقيمية .

ج١-

ج٢-

ج٣-

ج٤-

طرائق التعليم والتعلم

طرائق التقييم

د-المهارات العامة والتأهيلية المنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي).

د١-

د٢-

د٣-

د٤-

طرائق التعليم والتعلم

طرائق التقييم

١١. بنية البرنامج

الساعات المعتمدة		اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	المرحلة الدراسية
عملي	نظري			

١٢. التخطيط للتطور الشخصي

١٣. معيار القبول (وضع الأنظمة المتعلقة بالالتحاق بالكلية أو المعهد)

١٤. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

نموذج وصف المقرر

وصف المقرر

يوفر وصف المقرر هذا إيجازاً مقتضياً لأهم خصائص المقرر ومخرجات التعلم المتوقعة من الطالب تحقيقها مبرهناتاً عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ولا بد من الربط بينها وبين وصف البرنامج؛

جامعة ذي قار	١. المؤسسة التعليمية
كلية الادارة والاقتصاد	٢. القسم العلمي / المركز
التسويق المصرفي	٣. اسم / رمز المقرر
حضوري	٤. أشكال الحضور المتاحة
الفصل الثاني	٥. الفصل / السنة
٤٥	٦. عدد الساعات الدراسية (الكلي)
٢٠٢٤-٢-٢	٧. تاريخ إعداد هذا الوصف
٨. أهداف المقرر	
تزويد الطالب بالمعرفة المتعلقة بالتسويق المصرفي (ما هيته، اهميته، اهدافه ، انواعه، طرقه) مع تناول المفردات الاخرى المتعلقة بالمادة	
.	

١٠. مخرجات المقرر وطرائق التعليم والتعلم والتقييم

أ- الأهداف المعرفية

- ١- التعرف على المفاهيم المتعلقة بالتسويق المصرفي.
- ٢- التعرف على أهمية التسويق المصرفي
- ٣- دراسة انماط التسويق المصرفي
- ٤- دراسة الخدمات المصرفية
- ٥- التعرف على انواع التسويق المصرفي
- ٦- التعرف على خصائص التسويق المصرفي

ب - الأهداف المهاراتية الخاصة بالمقرر .

- ب ١ - اجراءات التسويق المصرفي
- ب ٢ - مقومات التسويق المصرفي
- ب ٣ - كيفية تقديم الخدمات المصرفية
- ب ٤ - تعلم التسويق المصرفي

طرائق التعليم والتعلم

المحاضرات التفاعلية

- تكليف الطالب بالواجبات الاسبوعية
- تكليف الطلاب بأعداد التقارير الاسبوعية
- الامتحانات اليومية (كوزات)
- اختبارات شفوية
- توجيه الاسئلة

طرائق التقييم

- وضع علامات لكل طالب يشارك في المحاضرة
- وضع علامات لكل طالب مستمر في الحضور
- وضع علامات في اختبارات الامتحانات الاسبوعية

ج- الأهداف الوجدانية والقيمية

- ج ١- ان يكون الطالب حريصاً لإداء المهام المناطة به
- ج ٢- ان يكون الطالب محبا لمادته العلمية ولأستاذه
- ج ٣- ان يكون الطالب متشوقا لمشاركته و ابراز دوره في المحاضرة
- ج ٤- خلق روح المنافسة بين الطلاب

طرائق التعليم والتعلم

التشجيع على طرح الاسئلة والاستفسارات
عمل مناقشات بعد الانتهاء من المحاضرة

طرائق التقييم

وضع العلامات الخاصة بالمشاركات

د - المهارات العامة والتأهيلية المنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي).

د ١- القدرة على اداء الواجبات

د ٢- الاستفسار عن جوانب الغموض ان وجدت

د ٣- الاستفسار عن المحاضرات السابقة

د ٤- توضيح كل شيء خلال المحاضرة وبعد المحاضرة

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة / أو الموضوع	طريقة التعليم	طريقة التقييم
الأول والثاني	٦	مدخل عام للتسويق	المقدمة, ظهور التسويق, مفهوم التسويق, مراحل تطور التسويق, أهمية التسويق, منافع التسويق, التسويق,	المناقشة وطرح الاسئلة	وضع علامات للمشاركين في المحاضرة
الثالث والرابع	٦	إضاءات حول التسويق المصرفي	مفهوم التسويق المصرفي, مرحل تطوره, أهميته, مبررات الحاجة إلى تطبيق التسويق بالمصارف, معوقات نجاح إدارة التسويق بالمصارف, فروقات تسويق الخدمات بين المصارف الإسلامية والتقليدية,	المناقشة وطرح الاسئلة	وضع علامات للمشاركين في المحاضرة
الخامس والسادس	٦	مفاهيم أساسية حول الخدمات المصرفية	مفهوم الخدمة, أهميتها, خصائصها, انواعها, مراحل تطورها	المناقشة وطرح الاسئلة	وضع علامات للمشاركين في المحاضرة
السابع والثامن	٦	تحليل البيئة التسويقية للمصارف	مفهوم البيئة التسويقية للمصرف, أهمية تحليل وتشخيص البيئة التسويقية, البيئة التسويقية الكلية, البيئة الجزئية, مداخل الاستجابة الفعالة لقوى البيئة التسويقية	المناقشة وطرح الاسئلة	وضع علامات للمشاركين في المحاضرة
التاسع	٣	تخطيط المنتجات المصرفية	مفهوم المنتج المصرفي, دورة حياته, الحاجة إلى تطوير الخدمة المصرفية,	المناقشة وطرح الاسئلة	وضع علامات للمشاركين في المحاضرة

		المدخل الرئيسية لتطوير الخدمة المصرفية			
العاشر	٣	تسعير المنتجات المصرفية	مفهوم السعر, اهميته, اهدافه, العوامل المؤثرة في تسعير الخدمات المصرفية	المناقشة وطرح الاسئلة	وضع علامات للمشاركين في المحاضرة
الحادي عشر والثاني عشر	٦	توزيع الخدمات المصرفية	مفهوم التوزيع, وظائف التوزيع - تقديم الخدمات المرافقة للمنتج, قنوات توزيع الخدمات المصرفية, العوامل المؤثرة في اختيار منافذ التوزيع	المناقشة وطرح الاسئلة	وضع علامات للمشاركين في المحاضرة
الثالث عشر والرابع عشر	٦	ترويج الخدمات المصرفية	مفهوم الترويج المصرفي, دور الترويج المصرفي, العوامل المؤثرة على المزيج الترويجي للخدمات المصرفية, مزيج ترويج الخدمات المصرفية	المناقشة وطرح الاسئلة	وضع علامات للمشاركين في المحاضرة
الخامس عشر	٣	الامتحان			

١٢. البنية التحتية

١- الكتب المقررة المطلوبة

	٢- المراجع الرئيسية (المصادر)
كتاب التسويق المصرفي: فضل محمد ابراهيم المحمودي ٢٠١٤	ا- الكتب والمراجع التي يوصى بها (المجلات العلمية , التقارير ,)
	ب - المراجع الالكترونية, مواقع الانترنت

١٣. خطة تطوير المقرر الدراسي	