



توصيف مساق التسويق المصرفي الالكتروني

1. معلومات مدرس المساق (Instructor)

اسم (مدرس / منسق) المساق :	د. محمد علي العفيف
الساعات المكتتية :	12-11
رقم المكتب والرقم الفرعي :	
البريد الالكتروني :	alafeef@gmail.com
مساعد البحث والتدريس/المشرف/الفني (إن وجد):	

2. وصف المساق (Course Description)

مفهوم التسويق المصرفي وتطوره تقليدياً والكترونياً؛ مراحل عمر الخدمة المصرفية وعلاقتها باستراتيجيات التسويق المصرفي؛ دراسة السوق والبيئتين التسويقيتين الجزئية والكلية وأثارها على تسويق الخدمات المصرفية؛ القنوات التقليدية والالكترونية لتوزيع الخدمات المصرفية؛ وسائل الترويج الالكترونية للخدمات المصرفية؛ ونظم معلومات التسويق الالكتروني لدى الجهاز المصرفي

3. بيانات المساق (Course Title)

رقم المساق: 511271	اسم المساق: التسويق المصرفي الالكتروني	المستوى: بكالوريوس
طبيعة المساق: نظري/عملي	المتطلب السابق / المتزامن: إدارة المصارف التجارية	وقت المحاضرة: 11:00-12:00
العام الجامعي: 2021/2020	الفصل الدراسي: الثاني	عدد الساعات الدراسية: 84 ساعة

4. أهداف المساق (Course Objectives)

أ-	تعزير الطالب بالمعلومات والمهارة الخاصة بموظف التسويق في المصارف
ب-	توظيف النظريات العلمية والتسويق الالكتروني الخاصة بالخدمات المالية المصرفية
ج-	زيادة المبيعات التي تعتمد على تحقيق أقصى درجات الرضا لدى العميل بالإضافة إلى تحقيق أهداف البنك.
د-	استخدام وسائل الترويج الالكترونية للخدمات المصرفية

5. مخرجات التعلم (Intended Student Learning Outcomes)
(المعرفة والمهارات والكفايات)

يفترض بالطالب بعد دراسته لهذا المساق أن يكون قادراً على:

1. معرفة الفرق بين التسويق التقليدي والالكتروني ومراحل تطوره
2. دراسة السوق والبيئتين التسويقيتين الجزئية والكلية واثارها على تسويق الخدمات المصرفية
3. استخدام الوسائل الالكترونية للترويج للخدمات المصرفية الالكترونية
4. استخدام مهاراته التسويقية من اجل تعزيز ربحية المصارف
5. اكتشاف رغبات العملاء والقدرة على توصيفها من اجل تحقيق اعلى درجات الرضا لديهم

6. محتوى المساق (Course Content)

الموضوع	الأسبوع
مفهوم العمل المصرفي	الأول
المبادئ العامة والعناصر الأساسية للإدارة التسويق	الثاني
الصيرفة الالكترونية.	الثالث
اشكال الصيرفة الالكترونية.	الرابع
البطاقات الالكترونية.	الخامس
التسويق الالكتروني.	السادس
الامتحان الأول	
التسويق المصرفي الالكتروني.	الثامن
تخطيط وتطوير المنتجات عبر الانترنت.	التاسع
تسويق المنتجات المصرفية عبر الانترنت.	العاشر
البيئة التسويقية للمصرف.	الحادي عشر
الامتحان الثاني	
الجوانب السلوكية لشراء الخدمة المصرفية.	الثالث عشر
تصميم الموقع الالكتروني.	الرابع عشر
تصميم الموقع الالكتروني.	الخامس عشر
الامتحان النهائي	
	السادس عشر

7. استراتيجيات التعليم والتعلم وطرق التقويم
(Teaching and learning Strategies and Evaluation Methods)

ت	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	أنشطة التعلم	نوع التقويم/القياس (امتحان/عروض صفية/مناقشة/واجبات)
1	مفهوم العمل المصرفي والصيرفة الالكترونية.	المحاضرة النقاش الاسئلة والاجوبة	عرض أمثله تلخيص أفكار	(امتحان / مناقشة/)
2	اشكال الصيرفة الالكترونية.	المحاضرة النقاش الاسئلة والاجوبة	عرض أمثله تلخيص أفكار	(امتحان / مناقشة/)
3	التسويق المصرفي الالكتروني.	المحاضرة النقاش الاسئلة والاجوبة	عرض أمثله تلخيص أفكار	(امتحان / مناقشة/)
4	تخطيط وتطوير المنتجات عبر الانترنت.	المحاضرة النقاش الاسئلة والاجوبة	عرض أمثله تلخيص أفكار	(امتحان / مناقشة/)
5	البيئة التسويقية للمصرف.	المحاضرة النقاش الاسئلة والاجوبة	عرض أمثله تلخيص أفكار	(امتحان / مناقشة/)
6	الجوانب السلوكية لشراء الخدمة المصرفية.	المحاضرة النقاش الاسئلة والاجوبة	عرض أمثله تلخيص أفكار	(امتحان / مناقشة/)

8. تقييم الطلبة (Assessment)

توزيع الدرجات لكل أسلوب	توقيت التقييم	الأساليب المستخدمة
10%	خلال الفصل	1-أعمال الفصل: (تقرير، وظائف، حضور)
20%	الأسبوع السابع	2-امتحان تحريري أول
20%	الأسبوع الثاني عشر	2-امتحان تحريري ثاني
50%	أسبوع الامتحانات النهائية	3-امتحان تحريري نهائي

9. الكتاب المقرر (Text Book)

المرجع الرئيسي	التسويق المصرفي
المؤلف	د. اياد عبدالاله خنفر
الناشر	دار وائل للنشر والتوزيع،
السنة	2015
الطبعة	الاولى
الموقع الالكتروني للمرجع	

10. المراجع الإضافية (References) (وتشمل الكتب والبحوث المنشورة في الدوريات او المواقع الالكترونية)

-1	د. وسيم الحداد ودز شقيري موسى، الخدمات المصرفية الالكترونية، الطبعة .الاولى، دار وائل، 2012،
----	--

