



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة التقنية الشمالية
الكلية التقنية الحويجة



الحقيبة التعليمية

تقنيات المالية والمصرفية

القسم العلمي:

التسويق المصرفي

اسم المقرر:

الثانية

المرحلة / المستوى:

الأول

الفصل الدراسي:

2026-2025

السنة الدراسية:



اسم المقرر:				التسويق المصرفي					
القسم:				تقنيات المالية والمصرفية					
الكلية:				الكلية التقنية الحويجة					
المرحلة / المستوى				الثاني					
الفصل الدراسي:				الأول					
عدد الساعات الاسبوعية:				نظري	4	عملي	2		
عدد الوحدات الدراسية:				8					
الرمز:				BFMT113					
نوع المادة				نظري	4	عملي	2	كلهما	6
هل يتوفر نظير للمقرر في الاقسام الاخرى				لا يوجد					
اسم المقرر النظير									
القسم									
رمز المقرر النظير				-					
معلومات تدريسي المادة									
اسم مدرس (مدرسي) المقرر:				معن علي محمد					
اللقب العلمي:				مدرس مساعد					
سنة الحصول على اللقب				2024					
الشهادة :				ماجستير					
سنة الحصول على الشهادة				2022					
عدد سنوات الخبرة (تدريس)				2					

الوصف العام للمقرر

يتضمن هذا المقرر الدراسي المفاهيم الأساسية والاستراتيجيات الحديثة للتسويق المصرفي، والتركيز على خصائص الخدمة المصرفية، وعناصر المزيج التسويقي المصرفي، وسلوك الزبون المصرفي، وتطبيقات التسويق الإلكتروني والخدمات المصرفية الرقمية، واستراتيجيات إدارة العلاقات مع العملاء، وكيفية بناء الصورة الذهنية والميزة التنافسية للمؤسسات المالية.

الأهداف العامة

- تعريف الطالب بمفهوم وأهمية التسويق المصرفي في البيئة المالية المعاصرة.
- تزويد الطالب بالمعرفة المتعلقة بعناصر المزيج التسويقي المصرفي (المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج، الأفراد، العمليات، البيئة المادية).
- تمكين الطالب من فهم سلوك الزبائن واستراتيجيات تجزئة السوق المصرفي.
- إكساب الطالب مهارات تحليل البيئة التسويقية المصرفية واستخدام التكنولوجيا الرقمية في تسويق الخدمات المالية.

الأهداف الخاصة

- إكساب الطالب القدرة على تصميم وتطوير منتجات وخدمات مصرفية مبتكرة تلبي احتياجات السوق.
- تمكين الطالب من صياغة استراتيجيات التسعير والترويج المناسبة لمختلف الزبائن.
- إتقان التعامل مع أدوات التسويق المصرفي الرقمي والتطبيقات الذكية.

المتطلبات السابقة

- يحتاج الطالب الى دراسة اساسيات المادة العلمية خاصة وأنه جاء من بيئة علمية بعيدة كل البعد عن المادة الدراسية الجديدة

الأهداف السلوكية او مخرجات التعليم الأساسية		
ت	تفصيل الهدف السلوكي او مخرج التعليم	آلية التقييم
1	يعرف الطالب مفهوم التسويق المصرفي وخصائص الخدمة المصرفية وأهميتها في البنوك	الإجابة على تساؤلات المحاضرة وحل الواجبات الصفية الفردية والاختبارات اليومية والشهرية.
2	يميز الطالب بين عناصر المزيج التسويقي المصرفي التقليدي والممتد.(7Ps)	الإجابة على تساؤلات المحاضرة وحل التمارين العملية على السبورة والواجبات الصفية الفردية والاختبارات اليومية والشهرية
3	يحاول الطالب تحليل سلوك العميل المصرفي وتجزئة السوق المصرفي بناءً على المعايير المختلفة.	الإجابة على تساؤلات المحاضرة وحل التمارين العملية على السبورة والواجبات الصفية الفردية والاختبارات اليومية والشهرية
4	يصمم خطة تسويقية إلكترونية مصغرة لخدمة مصرفية رقمية حديثة.	الإجابة على تساؤلات المحاضرة وحل التمارين العملية على السبورة والواجبات الصفية الفردية والاختبارات اليومية والشهرية
5	يطبق استراتيجيات إدارة العلاقات مع العملاء (CRM) وسُبل معالجة المشكلات التسويقية.	الإجابة على تساؤلات المحاضرة وحل التمارين العملية على السبورة والواجبات الصفية الفردية والاختبارات اليومية والشهرية

أساليب التدريس	
الاسلوب او الطريقة	مبررات الاختيار
1- المحاضرات النظرية من خلال الشرح وعرض الشرائح	محدد وواضح ويطبق بسهولة
2. التعلم التفاعلي والمتبادل	التفاعل بين الطلبة
3. التدريب العملي في المختبر	اكتساب الطالب مهارة عملية تمثل حقائق عن العمل اليومي
4. المناقشة في نهاية المحاضرة	تقديم الخلاصة والفهم للموضوع

المحتوى العلمي						
الأسبوع	الوقت		العنوان الرئيسي	العنوان الفرعي	طريقة التدريس	التقنيات
	ن	ع				
الأول	3	1	مفهوم التسويق المصرفي	طبيعة التسويق المصرفي، تطوره، أهدافه، وأهميته في الاقتصاد المعاصر.	المحاضرة	عرض تقديمي، شرح، مناقشة، أسئلة واجوبة
الثاني والثالث	3	1	خصائص الخدمة المصرفية	اللاملموسية، التلازمية، التباين، الفئائية، وتأثيراتها على الاستراتيجية.	المحاضرة	عرض تقديمي، شرح، مناقشة، أسئلة واجوبة
الرابع والخامس والسادس	3	1	البيئة التسويقية المصرفية	البيئة الداخلية والكلية والجزئية، تحليل SWOT للمؤسسات المصرفية	المحاضرة	عرض تقديمي، شرح، مناقشة، أسئلة واجوبة
السابع	3	1	سلوك الزبون المصرفي	العوامل المؤثرة على قرار العميل، مراحل اتخاذ قرار شراء الخدمة المصرفية.	المحاضرة	عرض تقديمي، شرح، مناقشة، أسئلة واجوبة
الثامن	3	1	تجزئة السوق المصرفي	مفهوم التجزئة، معايير تجزئة سوق البنوك، استهداف الأسواق والموقع الذهني	المحاضرة	عرض تقديمي، شرح، مناقشة، أسئلة واجوبة

الاختبارات اليومية والواجبات الصفية	عرض تقديمي، شرح، مناقشة، أسئلة واجوبة	المحاضرة	إدارة المنتجات المصرفية، دورة حياة الخدمة المصرفية، تطوير خدمات جديدة. استراتيجيات تسعير الخدمات المصرفية، الفوائد والعمولات، العوامل المؤثرة.	المزيج التسويقي (المنتج) المزيج التسويقي (التسعير)	1	3	التاسع والعاشر
الاختبارات اليومية والواجبات الصفية	عرض تقديمي، شرح، مناقشة، أسئلة واجوبة	المحاضرة	قنوات التوزيع المصرفي التقليدية والإلكترونية، الفروع، أجهزة عناصر المزيج الترويجي المصرفي: الإعلان، العلاقات العامة، البيع الشخصي.	التسويقي المزيج (التوزيع) المزيج التسويقي (الترويج)	1	3	الحادي عشر والثاني عشر
الاختبارات اليومية والواجبات الصفية	عرض تقديمي، شرح، مناقشة، أسئلة واجوبة	المحاضرة	الصيرفة الإلكترونية، التطبيقات الذكية، التسويق عبر وسائل التواصل.	التسويق المصرفي الرقمي	1	3	الثالث عشر والرابع عشر
الاختبارات اليومية والواجبات الصفية	عرض تقديمي، شرح، مناقشة، أسئلة واجوبة	المحاضرة	مفهوم CRM في البنوك، بناء الولاء المصرفي، إدارة الشكاوى وجودة الخدمة.	علاقات إدارة (CRM) العملاء	1	3	الخامس عشر



الجامعة التقنية الشمالية

المحتوى العلمي

ت	عنوان المحاضرة	تفاصيل المحاضرة
1	مفهوم التسويق المصرفي	المحاضرة الأولى.pdf
2	خصائص الخدمة المصرفية	المحاضرة الثانية.pdf
3	البيئة التسويقية المصرفية	المحاضرة الثالثة.pdf
4	سلوك الزبون المصرفي	المحاضرة الرابعة.pdf
5	تجزئة السوق المصرفي	المحاضرة الخامسة.pdf
6	المزيج التسويقي	المحاضرة السادسة.pdf
7	المنتج	المحاضرة السابعة.pdf
8	التسعير	المحاضرة الثامنة.pdf
9	التوزيع	المحاضرة التاسعة.pdf
10	الترويج	المحاضرة العاشرة.pdf
11	جودة الخدمة المصرفية	المحاضرة الحادي عشر.pdf
12	الصورة الذهنية للمصرف	المحاضرة الثانية عشر.pdf
13	التسويق المصرفي الأخضر	المحاضرة الثالثة عشر.pdf
14	إدارة علاقات العملاء (CRM)	المحاضرة الرابعة عشر.pdf
15	التسويق المصرفي الرقمي	المحاضرة الخامسة عشر.pdf

خارطة القياس المعتمدة

عدد الفقرات	الأهداف السلوكية					الأهمية النسبية	عناوين الفصول	المحتوى التعليمي
	التقييم	التحليل	التطبيق	الفهم	المعرفة			
5	%5	%10	%25	%25	%35	%100	مفهوم التسويق المصرفي	الأول
5	%5	%10	%30	%25	%30	%100	خصائص الخدمة المصرفية	الثاني والثالث والرابع
5	%5	%10	%35	%20	%30	%100	البيئة التسويقية المصرفية	الخامس والسادس
5	%5	%10	%35	%20	%30	%100	سلوك الزبون المصرفي	السابع
5	%10	%10	%30	%25	%25	%100	تجربة السوق المصرفي	الثامن
5	%10	%10	%30	%20	%30	%100	المزيج التسويقي (المنتج) المزيج التسويقي (التسعير)	التاسع والعاشر
5	%10	%10	%30	%25	%25	%100	التسويقي المزيج (التوزيع) المزيج التسويقي (الترويج)	الحادي عشر والثاني عشر
5	%10	%10	%25	%25	%30	%100	التسويق المصرفي الرقمي	الثالث عشر والرابع عشر
5	%15	%10	%35	%20	%20	%100	إدارة علاقات العملاء (CRM)	الخامس عشر

• المصادر الأساسية :

- د. ثامر البكري (2018)، "التسويق المصرفي"، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان.
د. زياد رمضان ود. محفوظ جودة (2015)، "إدارة المطالب والتسويق المصرفي"، دار زهران، عمان.

• المصادر المقترحة:

- د. محمود جاسم الصميدعي ود. ردينة عثمان يوسف (2010)، "تسويق الخدمات المصرفية"، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
• Christopher Lovelock & Jochen Wirtz (2020), "Services Marketing: People, Technology, Strategy".
• Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2016), "Marketing Management", Pearson Education.