

1.	اسم المادة	التسويق المصرفي الإسلامي
2.	رقم المادة	(0407330)
3.	الساعات المعتمدة (نظرية، عملية)	3 ساعات
	الساعات الفعلية (نظرية، عملية)	3 ساعات
4.	المتطلبات السابقة/المتطلبات المتزامنة	0407314
5.	اسم البرنامج	المصارف الإسلامية
6.	رقم البرنامج	7
7.	اسم الجامعة	الجامعة الأردنية
8.	الكلية	الشريعة
9.	القسم	المصارف الإسلامية
10.	مستوى المادة	سنة ثانية / ثالثة
11.	العام الجامعي/ الفصل الدراسي	2018/2019 الفصل الأول
12.	الدرجة العلمية للبرنامج	البكالوريوس
13.	الأقسام الأخرى المشتركة في تدريس المادة	لا يوجد
14.	لغة التدريس	العربية
15.	تاريخ استحداث مخطط المادة الدراسية/ تاريخ مراجعة مخطط المادة الدراسية	20-1-2019

16. منسق المادة

د. داليا إبراهيم مصطفى

17. مدرسو المادة

د. داليا إبراهيم مصطفى

18. وصف المادة

كما هو مذكور في الخطة الدراسية المعتمدة.

تتناول هذه المادة التعريف بماهية التسويق المصرفي الإسلامي، ثم دراسة تطبيقية على آليات وأساليب التسويق في المصارف الإسلامية، وأنواع الأسواق في الاقتصاد الإسلامي وآليات التسويق التي تساعد في تحسين الخدمات في المصارف الإسلامية.

## 19. أهداف تدريس المادة ونتائجها:

## أ- الأهداف

1. أن يتعرف الطلبة على مفهوم التسويق المصرفي الإسلامي.
2. أن يتبين مبادئ التسويق المصرفي الإسلامي وقواعده وضوابطه.
3. أن يتعلم الطلبة كيفية إمكانية تحسين الخدمات في المصارف الإسلامية من خلال آليات التسويق، وأكثرها تطبيقاً في المصارف الإسلامية.
4. إدراك المشكلات التي تعاني منها المصارف الإسلامية فيما يتعلق بالتسويق المصرفي.
5. التواصل مع الجمهور في العمل المصرفي الإسلامي وتسويق منتجاته.

## ب- نتائج التعلّم: يتوقع من الطالب عند إنهاء المادة أن يكون قادراً على...

الفهم والاستيعاب: يُتوقع من الطالب أن:

- أ1- أن يعرف التسويق المصرفي الإسلامي.
- أ2- أن يفرق بين أنواع الأسواق في الاقتصاد الإسلامي.

المهارات الفكرية و المعرفية و التحليلية:

- ب1- أن يميز بين عمليات وطرق التسويق في المصارف الإسلامية .
- ب2- أن يستنتج الفروقات بين الخدمات المصرفية الإسلامية لغايات طرق تسويقها..

المهارات الخاصة/ التطبيقية:

- ج1- أن يوظف عناصر التسويق لخدمة المنتجات البنكية.
- ج2- أن يتجنب تعثر الخدمات المصرفية.

المهارات الإبداعية القابلة للتحويل:

- د1- أن يؤلف بحثاً علمياً في التسويق.
- د2- أن يعد صيغة متطورة للتسويق.

## 20. محتوى المادة الدراسية والجدول الزمني لها

المحتوى	الأسبوع	اسم المدرس	نتائج التعلم	اساليب التدريس	المرجع
التسويق المصرفي في المصارف التجارية والإسلامية مفهوم التسويق المصرفي الإسلامي، التسويق اقتصادياً، التسويق المصرفي. أهمية التسويق في المؤسسات المالية. مراحل تطور الفكر التسويقي. خصائص الخدمات المصرفية المؤثرة في تسويق خدمات المصارف التقليدية والمصارف الإسلامية	الأول	د. داليا إبراهيم	بيان التعريفات الأساسية للمادة	الأسئلة والأجوبة المحاضرة	تسويق الخدمات المصرفية الإسلامية، عبد الله نزال، ، محمود الوادي، ، ط1، 2012، دار المسيرة، عمان الأردن.
مقارنة تسويق الخدمات في المصارف الإسلامية والمصارف التقليدية الضوابط الشرعية للتسويق المصرفي الإسلامي، والقيم الأخلاقية الإسلامية في علم التسويق. دلالات التسويق في الإسلام	الثاني	--	مقارنة بين المصارف الإسلامية والتقليدية	الأسئلة والأجوبة المحاضرة	//
تطوير خدمات المصارف الإسلامية أسباب تطوير الخدمات الإسلامية طرق تطوير خدمات المصارف الإسلامية معالجة تعثر الخدمات المصرفية المطورة في المصارف الإسلامية	الثالث	--	بيان طرق تطوير خدمات المصارف الإسلامية	الأسئلة والأجوبة المحاضر ة والبدء بتنفيذ المشاريع	//
تصميم خطوط الخدمات المصرفية الإسلامية :- إستراتيجية تصميم الخدمات المصرفية إستراتيجية دورة حياة الخدمة المصرفية	الرابع	//	بيان إستراتيجية تصميم الخدمات المصرفية	الأسئلة والأجوبة المحاضر ة + متابعة المشاريع	//
المزيج التسويقي في المصارف التجارية والإسلامية، عناصره ، ضوابطه التسعير :- محددات تسعير الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية أهداف تسعير الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية	الخامس	//	المزيج التسويقي في المصارف التجارية والإسلامية	الأسئلة والأجوبة المحاضر ة + متابعة المشاريع	//
التوزيع : وسائل توزيع الخدمات في المصارف الإسلامية استراتيجيات التوزيع وفق المفهوم الشرعي الإسلامي	السادس	//	وسائل توزيع الخدمات في المصارف الإسلامية	الأسئلة والأجوبة المحاضر ة + متابعة المشاريع	//

//	الأسئلة والأجوبة +متابعة المشاريع	بيان المهارات والمعارف التي يجب توفرها في موظفي المصارف الإسلامية	//	السابع	العنصر البشري المهارات والمعارف التي يجب توفرها في موظفي المصارف الإسلامية أخلاقيات موظفي المصارف الإسلامية
//	المحاضرة+ متابعة المشاريع	بيان أساسيات التعامل مع العملاء وتسويق منتجات المصارف.	//	الثامن	خدمة العملاء أساسيات التعامل مع العملاء وتسويق منتجات المصارف. تقييم أداء خدمة العملاء في المصارف الإسلامية المفهوم الشرعي الإسلامي للبيئة المادية في المصارف الإسلامية
//	عرض المشاريع وسؤال الطلبة عنها	بيان عمليات تقديم الخدمات	//	التاسع	العمليات نظم عمليات تقديم الخدمات في المصارف الإسلامية
//	عرض المشاريع وسؤال الطلبة عنها		//	العاشر	مناقشة المشاريع
//	عرض المشاريع وسؤال الطلبة عنها		//	الحادي عشر	مناقشة المشاريع
//	عرض المشاريع وسؤال الطلبة عنها		//	الثاني عشر	مناقشة المشاريع

## 21. النشاطات والاستراتيجيات التدريسية

يتم تطوير نتائج التعلم المستهدفة من خلال النشاطات والاستراتيجيات التدريسية التالية:  
العصف الذهني، الأسئلة السبورية، محاضرات، مناقشات، واجبات، مشاريع وعروض تقديمية...  
الزيارات العلمية للمؤسسات المالية المتخصصة، الأبحاث.

## 22. أساليب التقييم ومتطلبات المادة

يتم إثبات تحقق نتائج التعلم المستهدفة من خلال أساليب التقييم والمتطلبات التالية:

30%	امتحان منتصف الفصل
20%	واجبات ومشاركات
50%	الامتحان النهائي

## 23. السياسات المتبعة بالمادة

- \* يعرف مدرس المادة الطلبة بميثاق الانضباط داخل المحاضرات وخارجها والاتفاق على قواعد معينة للسلوك.
- أ- سياسة الحضور والغياب: تسجيل الحضور والغياب أولاً بأول، وإعلام الطلبة بشكل مباشر في حال تكراره غياباته غير المبررة، بشكل إرشادي وتنبهه بشكل ودي ثم إن تجاوز الحد تطبق التعليمات.
- ب- الغياب عن الامتحانات وتسليم الواجبات في الوقت المحدد: مراجعة مساعد العميد لشؤون الطلاب، أما تسليم الواجبات فلا يتم استلام الواجب بعد الموعد المحدد.
- ج- إجراءات السلامة والصحة: عند حدوث أي عارض يرى مدرس المادة أن الحاجة تتطلب تطبيق إجراءات السلامة والصحة في الجامعة يتخذ ما تنص عليه التعليمات الجامعية.
- د- الغش والخروج عن النظام الصفي. تطبيق أنظمة وتعليمات الجامعة.
- هـ- إعطاء الدرجات: يتم تسليم أوراق الإجابة بعد تصحيحها للطلبة، وتتم مناقشتهم بالإجابة النموذجية.
- و- الخدمات المتوفرة بالجامعة والتي تسهم في دراسة المادة : مختبرات الحاسوب، المكتبة، شاشات العرض.

## 24. المعدات والأجهزة المطلوبة:

شاشات عرض.

جهاز حاسب آلي.

## 25. المراجع:

أ- الكتب المقررة، والقراءات التي يجب على الطالب تغطيتها للموضوعات المختلفة للمادة:

المرجع الرئيس:

- تسويق الخدمات المصرفية الإسلامية، عبد الله نزال، محمود الوادي، ط1، 2012، دار المسيرة، عمان الأردن.

ب- الكتب الموصى بها، وغيرها من المواد التعليمية:

- التوجهات الإستراتيجية للاستثمار في المصارف العربية الإسلامية وأثرها على تخطيط سياساتها التسويقية، د. عبدالله السرطاوي، 2007 رسالة دكتوراه غير منشورة- الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية.

- أسس التسويق الأمتل للمصارف الإسلامية، محمد بهاء الدين خانجي، 2010 .

## المراجع المساعدة:

- سياسة التسويق المصرفي في البنك الإسلامي الأردني، عبد الله إبراهيم عبد الله، رسالة ماجستير- جامعة اليرموك- 1997 .

- مدى تطبيق المصارف الإسلامية لمفهوم التسويق المصرفي الإسلامي من وجهة نظر العملاء: حالة دراسة الأردن، مصطفى الشيخ، طارق نائل، شاكر تركي. بحث علمي منشور، جامعة الزرقاء- الأردن 2009.

- مفهوم التسويق المصرفي الإسلامي في المصارف الإسلامية من وجهة نظر العملاء، دراسة حالة بنك البركة- الجزائر، د. بن يعقوب الطاهر، د. شريف مراد، 2013، بحث علمي منشور.

## 26. معلومات إضافية

اسم منسق المادة: \_\_\_\_\_ التوقيع: \_\_\_\_\_ التاريخ: \_\_\_\_\_ مقرر لجنة الخطة/ القسم: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ التوقيع \_\_\_\_\_  
رئيس القسم: \_\_\_\_\_ التوقيع \_\_\_\_\_  
مقرر لجنة الخطة/ الكلية: \_\_\_\_\_ التوقيع \_\_\_\_\_  
العميد: \_\_\_\_\_ التوقيع \_\_\_\_\_