



مواصفات مقرر تسويق الخدمات التأمينية

i. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course

تسويق الخدمات التأمينية				اسم المقرر Course Title	.1
				رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	.2
الإجمالي Total				الساعات المعتمدة للمقرر Credit Hours	.3
3				الساعات المعتمدة للالمقرر Credit Hours	.3
المستوى الثالث: الفصل الثاني.				المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	.4
مبادئ التسويق + مبادئ التأمين				المتطلبات السابقة للمقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)	.5
لا توجد				المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)	.6
قسم الإحصاء والمعلومات - شعبة التأمين وإدارة المخاطر				البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered	.7
اللغة العربية				لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	.8
الانتظام				نظام الدراسة Study System	.9
د. فضل محمودي				معد(و) مواصفات المقرر Prepared By	.10
				تاريخ اعتماد مواصفات المقرر Date of Approval	.11

ملاحظة: الساعة المعتمدة للعملي والتمارين تساوى ساعتين فلبيتين خلال التدريس.

ii. وصف المقرر :Course Description

يهدف المقرر إلى تزويد الطلاب بمفاهيم وأساليب تسويق الخدمات التأمينية، وكيفية مواجهة المشاكل والتحديات التي تعيق تسويق الخدمات التأمينية وكيفية الاستفادة من الفرص الموجودة في بيئة الأعمال، بالإضافة إلى تمكين الطالب من تطوير وتنفيذ استراتيجيات التسويقية للخدمات التأمينية، واكتسابه مهارات تحليل البيئة التسويقية لشركات التأمين، وكيفية تجزئة وتقسيم السوق التأميني، وتحليل السلوك الشرائي للخدمة التأمينية.

iii. مخرجات تعلم المقرر :Course Intended Learning Outcomes (CILOs)

بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرًا على أن:

- a.1 يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بالتسويق والتسويق التأميني.
- a.2 يشرح مكونات البيئة التسويقية للتأمين وتأثيرها على قدرة شركات التأمين في تحقيق أهدافها ..
- a.3 يوضح أساليب تجزئة و اختيار السوق التأمينية، واستراتيجيات التسويق التأميني (المنتج التأميني، التسعير، الترويج، والتوزيع، و تقديم الخدمة، والعمليات والدليل المادي)
- b1 يحلل عوامل البيئة التسويقية للتأمين و مرافق القرار الشرائي ونظم المعلومات التسويقية للخدمات التأمين.
- b2 يختار أساليب وأساليب تقسيم سوق التأمين و تحديد السوق المستهدف لشركات التأمين، وضمان الخوا رئيس الجامعة



- b3 يقترح خطط وبرامج المزيج التسويقي للخدمة التأمينية و عناصر ومكونات الخطة التسويقية لشركات التأمين.
- c1 يقيم تأثيرات البيئة التسويقية في السلوك الشرائي للخدمة التأمينية .
- c2 يقيم فعالية نظم المعلومات التسويقية واستراتيجيات التسويق التأميني في شركات التأمين.
- c3 ينفذ الخطط والبرامج التسويقية للخدمات التأمينية .
- d1 يشارك بطريقة بناءه في المناقشات الجماعية المتعلقة بإدارة الأنشطة التأمينية في المنظمة.
- d2. يمتلك مهارات الاتصال الفعال، وإدارة الوقت بفاعلية
- d3 يكتب التقارير الإدارية وتوصيلها إلى المستويات الإدارية المختلفة.

iv. مواعنة مخرجات تعلم المقرر مع مخرجات التعلم للبرنامج:

Alignment of CILOs (Course Intended Learning Outcomes) to PILOs (Program Intended Learning Outcomes)

مخرجات التعلم المقصودة من البرنامج (Program Intended Learning Outcomes)	مخرجات التعلم المقصودة من المقرر (Course Intended Learning Outcomes)	
A1 يظهر المعرفة والفهم للنظريات والأساليب والطرق المستخدمة في التأمين وإدارة المخاطر وإعادة التأمين والعلوم المساندة لها.	يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بالتسويق والتسويق التأميني.	- a1
A2 يصف مجموعة من المعرف العامة في المجالات العلمية والتطبيقية المرتبطة بعلوم التأمين وإدارة المخاطر ويتعلم كيفية استخدام البرامج الحاسوبية المستخدمة في التأمين وإدارة المخاطر وكافة العلوم المساندة.	يشرح مكونات البيئة التسويقية للتأمين وتأثيرها على قدرة شركات التأمين في تحقيق اهدافها.	- a2
A3 يوضح الطواهر والعمليات المالية والإدارية ذات الصلة بالعملية التأمينية.	يوضح اساليب تجزئة واختيار السوق التأمينية، واستراتيجيات التسويق التأميني (المنتج التأميني، التسعير، الترويج، والتوزيع. ومقدمو الخدمة، والعمليات والدليل المادي .	-a3
B1 يحل العمليات المالية والإدارية ذات الصلة بالعملية التأمينية وإدارة المخاطر والعلوم المساندة لها.	يحل عوامل البيئة التسويقية للتأمين ومراحل القرار الشرائي ونظم المعلومات التسويقية للخدمات التأمين	-b1
B2 يميز بين أنواع الأخطار ودرجة احتمال تحقق الخطر لتحديد الأخطار المرغوب التأمين عليها عن الأخطار الغير مرغوبة لكافة القطاعات الاقتصادية.	يختار أساليب واستراتيجيات تقسيم سوق التأمين وتحديد السوق المستهدف لشركات التأمين.	- b2
B3 يستخلص كافة المعلومات عن مدلولات الأخطار لكافة القطاعات الاقتصادية المختلفة.	يحل خطط وبرامج المزيج التسويقي للخدمة التأمينية و عناصر ومكونات الخطة التسويقية لشركات التأمين.	b3
C1 يوظف أساليب الإحصاء الакتواري والمحاسبة والاقتصاد والإدارة والقانون في مجال التأمين وإدارة المخاطر.	يوظف تأثيرات البيئة التسويقية والسلوك الشرائي للخدمة التأمينية.	-c1

رئيس الجامعة

مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة

عميد الكلية

نائب العميد لشؤون الجودة

رئيس القسم

أ. د. محمد البخيتى

د. هدى العمامد

د. هاتى المغلى

د. عبير الوجيه

د. فؤاد المخلافي



C2	يعد كافة التقارير والبحوث العلمية ذات الصلة بالتأمين وإدارة المخاطر لكافة القطاعات الاقتصادية.	يعد فعالية نظم المعلومات التسويقية واستراتيجيات التسويق التأميني في شركات التأمين.	c2
C3	يطبق مهارات اتخاذ القرار في مجالات العمل معتمداً على تحليل بيانات الظواهر المختلفة التي تحدث في المجتمع.	ينفذ الخطط والبرامج التسويقية للخدمات التأمينية.	-C3
D1	يعمل ضمن فريق عند ممارسته العمل التأميني في كافة القطاعات الاقتصادية.	يشارك بطريقة بناء في المناقشات الجماعية المتعلقة بإدارة الأنشطة التأمينية في المنظمة.	-d1
D2	يجيد مهارة الاتصال والتاثير والتفاوض مع الآخرين والتحسين والتطوير المستمر لمهاراته الفردية.	يمتلك مهارات الاتصال الفعال وإدارة الوقت بفاعلية	-d2
D3	يجيد استخدام الحاسوب والتقنيات الحديثة واتخاذ القرارات الصحيحة لحل المشكلات المختلفة التي يواجهها في مجال العمل.	يكتب التقارير الإدارية وتوصيلها إلى المستويات الإدارية المختلفة	d3

مواصفة مخرجات التعليم واستراتيجيات التعليم والتعلم والتقويم

Alignment of CILOs to Teaching and Assessment Strategies

أولاً: مواصفة مخرجات تعلم المقرر (المعرفة والفهم) باستراتيجية التعليم والتعلم والتقويم:

First: Alignment of Knowledge and Understanding CILOs

استراتيجية التقويم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر / المعرفة والفهم Knowledge and Understanding CILOs	
<ul style="list-style-type: none"> - ملاحظة الأداء. - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتکاليف والأنشطة - الامتحانات الشفوية - تقييم النزول الميداني 	<ul style="list-style-type: none"> - الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني - الانشطة والمهام والتکاليف. 	<p>يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بالتسويق والتسويق التأميني.</p>	a1 -
<ul style="list-style-type: none"> - ملاحظة الأداء. - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتکاليف والأنشطة 	<ul style="list-style-type: none"> - الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني - الانشطة والمهام والتکاليف. 	<p>يشرح مكونات البيئة التسويقية للتأمين وتأثيرها على قدرة شركات التأمين في تحقيق اهدافها ..</p>	a2 –

رئيس القسم د. فؤاد المخلافي د. عبير الوجيه نائب العميد لشؤون الجودة عميد الكلية مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة لامتحانات التسويق الجامعية

أ. د. محمد البخيتي

د. هدى العمامد

د. هاتي المغمس

د. فؤاد المخلافي د. عبير الوجيه



- تقييم النزول الميداني			
<ul style="list-style-type: none"> - ملاحظة الأداء. - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتکاليف والأنشطة - الامتحانات الشفوية - تقييم النزول الميداني 	<ul style="list-style-type: none"> - الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني - الانشطة والمهام - والتکاليف. 	<p>يوضح اساليب تجزئة واختيار السوق التأمينية، واستراتيجيات التسويق التأميني (المنتج التأميني ، التسويق، الترويج، و التوزيع. ومقدمو الخدمة، والعمليات و الدليل المادي) ..</p>	a3-

ثانياً: مواعنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقويم:

Second: Alignment of Intellectual Skills CILOs

استراتيجية التقويم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر / المهارات الذهنية Intellectual Skills CILOs	
<ul style="list-style-type: none"> -الواجبات والتکاليفات -الاختبارات القصير -المقابلة -الملاحظة -الامتحان النصفي -الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> -المحاضرات الفاعلية -العرض التوضيحي -المناقشات -العقل الذهني -التعلم التعاوني -حل المشكلات 	<p>يحلل عوامل البيئة التسويقية للتأمين ومراحل القرار الشرائي ونظم المعلومات التسويقية للخدمات التأمين</p>	-b1
<ul style="list-style-type: none"> -الواجبات والتکاليفات -الاختبارات القصير -المقابلة -الملاحظة -الامتحان النصفي -الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> -المحاضرات الفاعلية -العرض التوضيحي -المناقشات -العقل الذهني -التعلم التعاوني - حل المشكلات 	<p>يختار اساليب واستراتيجيات تقسيم سوق التأمين وتحديد السوق المستهدف لشركات التأمين.</p>	- b2
<ul style="list-style-type: none"> -الواجبات والتکاليفات -الاختبارات القصير -المقابلة -الملاحظة -الامتحان النصفي - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> -المحاضرات الفاعلية -العرض التوضيحي -المناقشات -العقل الذهني -التعلم التعاوني - حل المشكلات 	<p>يحلل خطط وبرامج المزيج التسويقي للخدمة التأمينية و عناصر و مكونات الخطة التسويقية لشركات التأمين.</p>	b3

ثالثاً: مواعنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقويم:

Third: Alignment of Professional and Practical Skills CILOs

استراتيجية التقويم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر / المهارات المهنية والعملية Professional and Practical Skills CILOs	
<ul style="list-style-type: none"> -الواجبات والتکاليفات -الاختبار القصير - المقابلة - الملاحظة -مشروع التخرج -الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> -العرض التوضيحي -المناقشات - حل المشكلات -العقل الذهني -تمثيل الادوار 	<p>يوظف تأثيرات البيئة التسويقية و السلوك الشرائي للخدمة التأمينية .</p>	-c1
<ul style="list-style-type: none"> -الواجبات والتکاليفات -الاختبار القصير - المقابلة - حل المشكلات -الجهود المبذولة لتطوير الاكاديمي وضمان الجودة رئيس الجامعة 	<ul style="list-style-type: none"> -العرض التوضيحي -المناقشات - حل المشكلات 	<p>يعد فعالية نظم المعلومات التسويقية واستراتيجيات التسويق التأميني في شركات التأمين بشهادة عميد الكلية</p>	-c2



- الملاحظة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العصف الذهني - تمثيل الادوار		
- الواجبات والتکالیف - الاختبار القصیر - المقابلة - الملاحظة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العرض التوضيحي - المناقشات - حل المشکلات - العصف الذهني - تمثيل الادوار	ينفذ الخطط والبرامج التسويقية للخدمات التأمينية .	c3

رابعاً: مواعنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقويم:

Fourth: Alignment of Transferable (General) Skills CILOs

استراتيجية التقويم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر Transferable (General) Skills CILOs	
- الواجبات والتکالیف - تقييم التکاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العروض التوضیحیة - المناقشة - العصف الذهني - حل المشکلات - تمثيل الادوار - التعليم التعاوني	يشارك بطريقة بناء في المناقشات الجماعية المتعلقة بإدارة الانشطة التأمينية في المنظمة.	-d1
- الواجبات والتکالیف - تقييم التکاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج -- الامتحان النهائي	- العروض التوضیحیة - المناقشة - العصف الذهني - حل المشکلات - تمثيل الادوار -- التعليم التعاوني	يمتلك مهارات الاتصال الفعال، وإدارة الوقت بفاعلية	-d2
- الواجبات والتکالیف - تقييم التکاليف والمهام - الملاحظة - الم مقابلة - مشروع التخرج -- الامتحان النهائي	- العروض التوضیحیة - المناقشة - العصف الذهني - حل المشکلات - تمثيل الادوار -- التعليم التعاوني	يكتب التقارير الإدارية وتوصيلها إلى المستويات الإدارية المختلفة.	d3

v. م الموضوعات محتوى المقرر Course Content

أولاً: موضوعات الجانب النظري Theoretical Aspect

الموضوعات الرئيسية/ الوحدات Topic List / Units	الرقم Order	الموضوعات الفرعية/ Sub Topics List	عدد الأسابيع Number of Weeks	الساعات الفعلية Contact Hours	رمز مخرجات التعلم للمقرر (CILOs)
الخدمة التأمينية.	1	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم وأهمية الخدمة التأمينية. • الفروق الجوهرية بين السلع والخدمات • الخصائص التسويقية للخدمة التأمينية. • مفهوم التسويق التأميني. • أهمية التسويق التأميني . 	1	3	a1 , b1,c1, d1,d2,d3 ,

رئيس القسم نائب العميد لشؤون الجودة عميد الكلية رئيس الجامعة د. عزيز الوجيه د. فؤاد المخلافي د. هانى المغلى د. هدى العماد أ. د. محمد البخيتى



a1 , a2, b1,c1, d2,d3,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> مفهوم البيئة التسويقية. أهمية دراسة البيئة التسويقية. لشركات التامين. عناصر ومكونات البيئة التسويقية للتأمين. بيئة التامين الجزئية. بيئة التامين الكلية. 	البيئة التسويقية للتأمين.	2
a1 , b2,c2, d1,d2,d3,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> مفهوم تقسيم / تجزئة السوق. أهمية تقسيم السوق اسس ومعايير تقسيم سوق التامين. استراتيجية اختيار السوق المستهدف لشركة التامين. 	تجزئة وتقسيم السوق للتأمين.	3
a1 , a3, , b2, c2,d1,d2,d3,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> مفهوم السلوك الشرائي. ، و أهميته:. نموذج دراسة السلوك الشرائي. العوامل المؤثرة في قرار شراء الخدمة التأمينية معايير اختيار العملاء لشركة التامين. مراحل القرار الشرائي للخدمة التأمينية . 	السلوك الشرائي للخدمة التأمينية.	4
a1 , b2, b3, c2, , d1, ,d2,d3,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> مفهوم بحوث التسويق. دور بحوث التسويق في التامين مفهوم نظام المعلومات التسويقية خصائص نظام المعلومات التسويقية في التامين. خصائص ومكونات نظام المعلومات التسويقية في التامين. 	بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية.	5
a1 , a3, b2,c2, d1,d2,d3,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> مفهوم وابعاد المنتج (الخدمة) التأميني . مراحل تطوير المنتجات التأمينية 	تخطيط وتطوير المنتج/الخدمة التأمينية .	6
a1 , a3, b2,c2, d1,d2,d3,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> مفهوم دورة حياة الخدمة مراحل دورة حياة الخدمة التأمينية واستراتيجياتها التسويقية . 		7
a1 , a3, b2,c2, d1,d2,d3,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> مفهوم السعر في الخدمة أهمية قرارات التسعير في التامين 	تسعير الخدمات التأمينية .	8
a1 , a3, b2,c2, d1,d2,d3,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> العوامل المؤثرة في قرار تسعير خدمة التامين . اساليب تسعير الخدمات التأمينية 		
a1 , a3, b2,c2, d1,d2,d3,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> مفهوم التوزيع. أهمية التوزيع للخدمة التأمينية 	توزيع الخدمات التأمينية	

a1 , a3, b2,c2, d1,d2,d3,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> قنوات ومنافذ توزيع الخدمة التأمينية العوامل المؤثرة في اختيار قنوات التوزيع استراتيجيات توزيع الخدمة التأمينية 		
a1 , a3, b2,c2, d1,d2,d3,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> مفهوم الترويج. أهمية ترويج الخدمة التأمينية • 	ترويج الخدمات التأمينية	9
a1 , a3, b2,c2, d1,d2,d3,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> اساليب ترويج التامين (المزيج الترويجي) العوامل المؤثرة على عناصر المزيج الترويجي للخدمة التأمينية. 		
a1 , a3, b2,c2, d1,d2,d3, ,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> مفهوم مقدمي الخدمة. التسويق الداخلي عمليات تقديم الخدمة التأمينية مفهوم العمليات خصائص العمليات مفهوم الدليل المادي عناصر خدمة الزبون 	مقدمو الخدمة, / العمليات / الدليل المادي .	10
اجمالي عدد الأسابيع وال ساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester					
====	42	14			

ثانياً: موضوعات الجانب العملي Practical Aspect				
رموز مخرجات التعلم Course ILOs	الساعات الفعلية Contact Hours	عدد الأسابيع Number of Weeks	التجارب العملية/ تدريبات Practical / Tutorials topics	الرقم Order
---	---	---	لا يوجد	1
اجمالي الأسابيع وال ساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester				====

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies	
المحاضرة	▪
المناقشة والحوار	▪
التدريب الميداني (العملي)	▪
العصف الذهني	▪
حل المشكلات	▪
العرض العملية الإيضاحية	▪
المهام والتکاليف والأنشطة والتطبيقات العملية.	▪
التعلم الذاتي والتعاوني (الأنشطة والتکاليف المنزلية الفردية والجماعية والمشاريع التطبيقية)	▪
التغذية الراجعة.	▪
المهام الحثيثة:	▪
ابن العميد لش壅ون الجودة	▪
عميد الكلية	▪
مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة	▪
رئيس القسم	▪
رئيس الجامعة	▪



- الزيارة الخارجية
- دراسة الحالات

v. الانشطة والتكاليف :Tasks and Assignments

مخرجات التعلم CILOs (symbols)	أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	م No
a2,. b2. b3, c1,c3,,	W3,6,8	5	التكاليف والواجبات المنزلية	1
a3, , b2, c 2, , d1, d3	W 6, 10 , و	10	دراسة وتحليل الحالات العملية	2
a3, , b3, , c2, d1, d3,	W4,9	5	الحوار التفاعلي والمشاركة في القاعة	3
==		20	اجمالي الدرجة Total Score	

vii. تقييم التعلم :Learning Assessment

مخرجات التعلم CILOs (symbols)	نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment	الدرجة Mark	أسبوع التقييم Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
a1,a2, a3,b1,b2,c1,c2	%20	20	3,4,6,8,,10	الأنشطة والتكاليف	1
a1, a2, a3,b1,b2,c2,d3	%20	20	8	اختبار تحريري نصفي	2
جميع المخرجات	%60	60	16	الامتحان النهائي	3
==		100	الإجمالي Total		

:Learning Resources مصادر التعلم

:Required Textbook(s) المراجع الرئيسية

- عبد الخالق باعلوي, (2013) تسويق الخدمات, الطبعة الأولى جامعة العلوم والتكنولوجيا. صنعاء . ج . ي.
- عبد الرحمن توفيق. 2013, تسويق الخدمات التأمينية , مركز الخبرات المهنية للإدارة. بميك - القاهرة -- جمهورية مصر العربية.

المراجع المساعدة:

- علي محمد حسن بنى مصطفى (2017) أثر التخطيط الاستراتيجي في تسويق الخدمات, الطبعة الأولى, دار زهران للنشر والتوزيع, عمان
- بشير بودية طارق فدور(2016) : أصول ومضامين تسويق الخدمات, الطبعة الأولى, دار صفاء للنشر والتوزيع- عمان,

1. المصادر الإلكترونية وموقع الإنترنت... etc. Electronic Materials and Web Sites etc.

توجيه الطلبة بالرجوع لموقع مرتبطة بموضوعات المقرر في الإنترنت.



viii. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies

بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:

سياسة حضور الفعاليات التعليمية :Class Attendance - يلتزم الطالب بحضور 75% من المحاضرات ويحرم في حال عدم الوفاء بذلك. - يقدم أستاذ المقرر تقريراً بحضور وغياب الطالب للقسم ويحرم الطالب من دخول الامتحان في حال تجاوز الغياب 25% ويتم اقرار الحerman من مجلس القسم.	1
الحضور المتأخر :Tardy - يسمح للطالب حضور المحاضرة إذا تأخر لمدة ربع ساعة لثلاث مرات في الفصل الدراسي، وإذا تأخر زيادة عن ثلاثة مرات يحضر شفويًا من أستاذ المقرر، وعند عدم الالتزام يمنع من دخول المحاضرة.	2
ضوابط الامتحان :Exam Attendance/Punctuality - لا يسمح للطالب دخول الامتحان النهائي إذا تأخر مقدار (20) دقيقة من بدء الامتحان - إذا تغيب الطالب عن الامتحان النهائي تطبق اللوائح الخاصة بنظام الامتحان في الكلية.	3
التعيينات والمشاريع :Assignments & Projects - يحدد أستاذ المقرر نوع التعيينات في بداية الفصل ويحدد مواعيد تسليمها وضوابط تنفيذ التكليفات وتسليمها. - إذا تأخر الطالب في تسليم التكليفات عن الموعود المحدد يحرم من درجة التكليف الذي تأخر في تسليمه.	4
الغش :Cheating - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش في الامتحان النصفى أو النهائى تطبق عليه لائحة شؤون الطلاب. - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش او النقل في التكليفات والمشاريع يحرم من الدرجة المخصصة للتكليف.	5
الاتصال :Plagiarism - في حالة وجود شخص يتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك	6
سياسات أخرى :Other policies - أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكليفات الخ	7

خطة مقرر: تسويق خدمات التأمين

i. معلومات عن أستاذ المقرر Faculty Member Responsible for the Course

		الساعات المكتبية (أسبوعيا) Office Hours						الاسم Name
الخميس THU	الأربعاء WED	الثلاثاء TUE	الاثنين MON	الأحد SUN	السبت SAT	د. فضل محمد المحمودي	المكان ورقم الهاتف Location & Telephone No.	
			3			777714477	البريد الإلكتروني E-mail Dr.fadlalmhmodi@gmail.com	

ii. معلومات عامة عن المقرر General information about the course

أ.د. محمد البخيتى

د. هدى العمام

د. هانى المغاس

د. فؤاد المخلافي د. عبير الوجيه



تسويق خدمات التأمين				اسم المقرر Course Title	.1
				رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	.2
الإجمالي Total	Credit Hours الساعات المعتمدة		محاضرات Lecture	الساعات المعتمدة للمقرر Credit Hours	.3
3	-	عملية Practical	3	المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	.4
المستوى الثالث: الفصل الثاني.			المتطلبات السابقة للمقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)		
- مبادئ التسويق، مبادئ التأمين			المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)		
لا توجد			المبرمج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered		
بكالوريوس التأمين والمخاطر			لغة تدريس المقرر Language of teaching the course		
اللغة العربية			نظام الدراسة Study System		
الانتظام			معد(و) مواصفات المقرر Prepared By		
د. فضل المحمودي			تاريخ اعتماد مواصفات المقرر Date of Approval		

ii. وصف المقرر :Course Description

يهدف المقرر إلى تزويد الطلاب بمفاهيم وأساليب تسويق الخدمات التأمينية، وكيفية مواجهة المشاكل والتحديات التي تعيق تسويق الخدمات التأمينية وكيفية الاستفادة من الفرص الموجودة في بيئة الأعمال، بالإضافة إلى تمكين الطالب من تطوير وتنفيذ استراتيجيات التسويقية للخدمات التأمينية، واكتسابه مهارات تحليل البيئة التسويقية لشركات التأمين، وكيفية تجزئة وتقسيم السوق التأميني، وتحليل السلوك الشرائي للخدمة التأمينية.



ix. مخرجات تعلم المقرر :Course Intended Learning Outcomes (CILOs)

- بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادراً على أن:
- يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بالتسويق والتسيير التاميني .
 - يشرح مكونات البيئة التسويقية للتأمين وتأثيرها على قدرة شركات التأمين في تحقيق اهدافها
 - يوضح اساليب تجزئة واختيار السوق التامينية، واستراتيجيات التسويق التاميني (المنتج التاميني ، التسويق، الترويج، والتوزيع. ومقدمو الخدمة، والعمليات والدليل المادي).
 - b1 يحل عوامل البيئة التسويقية للتأمين ومراحل القرار الشرائي ونظم المعلومات التسويقية للخدمات التأمين.
 - b2 يختار اساليب واستراتيجيات تقسيم سوق التأمين وتحديد السوق المستهدف لشركات التأمين.
 - b3 يحل خطط وبرامج المزدوج التسويقي للخدمة التامينية وعناصر ومكونات الخطة التسويقية لشركات التأمين.
 - c1 يوظف تأثيرات البيئة التسويقية في السلوك الشرائي للخدمة التامينية .
 - c2 يعد فعالية نظم المعلومات التسويقية واستراتيجيات التسويق التاميني في شركات التأمين.
 - c3 ينفذ الخطط والبرامج التسويقية للخدمات التامينية .
 - d1 يشارك بطريقة بناء في المناقشات الجماعية المتعلقة بإدارة الانشطة التامينية في المنظمة.
 - d2. يمتلك مهارات الاتصال الفعال، وإدارة الوقت بفاعلية
 - d3 يكتب التقارير الإدارية وتوصيلها إلى المستويات الإدارية المختلفة.

x. موضوعات محتوى المقرر Course Content

أولاً: موضوعات الجانب النظري Theoretical Aspect

النوع	الموضوع	الكلمات المفتاحية	الكلمات المفتاحية	الكلمات المفتاحية
اللقاء	مفهوم وأهمية الخدمة التامينية .	• مفهوم وأهمية الخدمة التامينية . • الفروق الجوهرية بين السلع والخدمات • الخصائص التسويقية للخدمة التامينية . • مفهوم التسويق التاميني . • أهمية التسويق التاميني .	الخدمة التامينية .	1
اللقاء	مفهوم البيئة التسويقية .	• مفهوم البيئة التسويقية . • أهمية دراسة البيئة التسويقية .	البيئة التسويقية للتأمين .	2
اللقاء	لشركات التأمين .	• عناصر ومكونات البيئة التسويقية للتأمين . • بيئه التأمين الجزئية . • بيئه التأمين الكلية .		
اللقاء	مفهوم تقسيم / تجزئة السوق .	• مفهوم تقسيم / تجزئة السوق . • أهمية تقسيم السوق • اسس ومعايير تقسيم سوق التأمين . • استراتيجية اختيار السوق المستهدف لشركة التأمين .	تجزئة وتقسيم السوق التامين .	3
اللقاء	مفهوم السلوك الشرائي . ، و أهميته .	• مفهوم السلوك الشرائي . ، و أهميته . • نموذج دراسة السلوك الشرائي . • العوامل المؤثرة في قرار شراء الخدمة التامينية • معايير اختيار العمالء لشركة التأمين .	السلوك الشرائي للخدمة التامينية .	4

رئيس الجامعة



		<ul style="list-style-type: none"> • مراحل القرار الشرائي للخدمة التأمينية . 		
3	w5	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم بحوث التسويق و أهميتها . • دور بحوث التسويق في التأمين • مفهوم وخصائص نظام المعلومات التسويقية • مفهوم نظام المعلومات التسويقية • خصائص نظام المعلومات التسويقية 	بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية.	5
3	w6	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم وابعاد المنتج (الخدمة) التأميني . • مراحل تطوير المنتجات التأمينية 	تخطيط وتطوير المنتج/الخدمة التأمينية .	6
3	w7	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم دورة حياة الخدمة • مراحل دورة حياة الخدمة التأمينية • واستراتيجياتها التسويقية . 		
3	w8	امتحان نصفى		7
3	w9	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم السعر في الخدمة • اهمية قرارات التسعير في التأمين • 	تسعير الخدمات التأمينية .	8
3	W10	<ul style="list-style-type: none"> • العوامل المؤثرة في قرار تسعير خدمة التأمين . • اساليب تسعير الخدمات التأمينية 		
3	w11	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم التوزيع. • اهمية التوزيع للخدمة التأمينية 	توزيع الخدمات التأمينية	9
3	w12	<ul style="list-style-type: none"> • قنوات ومنافذ توزيع الخدمة التأمينية • العوامل المؤثرة في اختيار قنوات التوزيع • استراتيجيات توزيع الخدمة التأمينية 		
3	w13	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم الترويج. • اهمية ترويج الخدمة التأمينية 	ترويج الخدمات التأمينية	10
3	w14	<ul style="list-style-type: none"> • اساليب ترويج التأمين (المزيج الترويجي) • العوامل المؤثرة على عناصر المزيج الترويجي للخدمة التأمينية. 		
3	w15	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم مقدمي الخدمة. • التسويق الداخلي • عمليات تقديم الخدمة التأمينية • مفهوم العمليات • خصائص العمليات • مفهوم الدليل المادي • عناصر خدمة الزبون 	مقدمو الخدمة، / العمليات / الدليل المادي .	11
3	w16	امتحان نهائى		12
48	16	اجمالي عدد الأسابيع وال ساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		



ثانياً: خطة تنفيذ الجانب العملي :Training/ Tutorials/ Exercises Aspects

الساعات الفعلية Cont. H	الأسبوع Week Due	المهام / التمارين Tutorials/ Exercises	الرقم Order
---	---	---	1
اجمالي الأسابيع وال ساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester			

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies

- المحاضرة
- المناقشة وال الحوار
- التدريب الميداني (العملي)
- العصف الذهني
- حل المشكلات
- العروض العملية الإيضاحية
- المهام والتکاليف والأنشطة والتطبيقات العملية.
- التعلم الذاتي والتعاوني (الأنشطة والتکاليف المنزلية الفردية والجماعية والمشاريع التطبيقية)
- التذكرة الراجعة.
- المهام البحثية
- الزيارة الخارجية
- دراسة الحالات

x. الانشطة والواجبات :Tasks and Assignments

مخرجات التعلم CILOs (symbols)	أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التکليف Assignments/ Tasks	الرقم No
a2., b2. b3, c1,c3,,	W3,6,8	5	التكاليف والواجبات المنزلية	1
a3. , b2, c 2 , , d1, d3	W 6, 10 , و	10	دراسة وتحليل الحالات العملية	2
a3. , b3, , c2, d1, d3,	W4,9	5	الحوار التفاعلي والمشاركة في القاعة	3
==	==	20	اجمالي الدرجة Total Score	

xii. تقييم التعلم :Learning Assessment

مخرجات التعلم CILOs (symbols)	نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment	الدرجة Mark	أسبوع التقييم Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
----------------------------------	---	----------------	---------------------------	-----------------------------------	--------------

رئيس الجامعة

مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة

عميد الكلية

نائب العميد لشؤون الجودة

رئيس القسم

أ. د. محمد البخيتى

د. هدى العماد

د. هانى المغلى

د. عبير الوجيه

د. فؤاد المخلافي



a1,a2, a3,b1,b2,c1,c2	%20	20	3,4,6,8,,10	الأنشطة والتكاليف	1
a1, a2, a3,b1,b2,c2,d3	%20	20	8	اختبار تحريري نصفي	2
جميع المخرجات	%60	60	16	الامتحان النهائي	3
---	100%	100	Total	الإجمالي	

مصادر التعلم :Learning Resources

المراجع الرئيسية :Required Textbook(s)

- عبد الخالق باعلوي، (2013) تسويق الخدمات ، الطبعة الأولى جامعة العلوم والتكنولوجيا. صنعاء . ج . ي.
- عبد الرحمن توفيق. 2013، تسويق الخدمات التأمينية ، مركز الخبرات المهنية للإدارة. بميك - القاهرة -- جمهورية مصر العربية.

المراجع المساعدة :

- علي محمد حسن بني مصطفى (2017) أثر التخطيط الاستراتيجي في تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان
- بشير بودية , طارق فنور(2016) : أصول ومضامين تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع- عمان،

2. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترن特... Electronic Materials and Web Sites etc.

توجيه الطلبة بالرجوع لموقع مرتبطة بموضوعات المقرر في الإنترن特.

xiii. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies

بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:

سياسة حضور الفعاليات التعليمية :Class Attendance

- يلتزم الطالب بحضور 75 % من المحاضرات ويحرم في حال عدم الوفاء بذلك.
- يقدم أستاذ المقرر تقريرا بحضور وغياب الطالب للقسم ويحرم الطالب من دخول الامتحان في حال تجاوز الغياب 25% ويتم اقرار الحerman من مجلس القسم.

الحضور المتأخر :Tardy

- يسمح للطالب حضور المحاضرة إذا تأخر لمرة ربع ساعة لثلاث مرات في الفصل الدراسي، وإذا تأخر زيادة عن ثلاثة مرات يحضر شفويًا من أستاذ المقرر، وعند عدم الالتزام يمنع من دخول المحاضرة.

ضوابط الامتحان/Punctuality

- لا يسمح للطالب دخول الامتحان النهائي إذا تأخر مقدار (20) دقيقة من بدء الامتحان
- إذا تغيب الطالب عن الامتحان النهائي تطبق اللوائح الخاصة بنظام الامتحان في الكلية.

التعيينات والمشاريع :Assignments & Projects

- يحدد أستاذ المقرر نوع التعيينات في بداية الفصل ويحدد مواعيد تسليمها وضوابط تنفيذ التكليفات وتسليمها.
- إذا تأخر الطالب في تسليم التكليفات عن الموعود المحدد يحرم من درجة التكليف الذي تأخر في تسليمها.

الغش :Cheating

- في حال ثبوت قيام الطالب بالغش في الامتحان النصفى أو النهائى تطبق عليه لائحة شؤون الطلاب.
- في حال ثبوت قيام الطالب بالغش او النقل في التكليفات والمشاريع يحرم من الدرجة المخصصة للتکليف.

الاتصال :Plagiarism

- في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك

سياسات تحريض العبيد لتفوق الجودة :Other policies

رئيس الجامعة



- أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكليفات الخ

رئيس الجامعة

أ.د. محمد البخيتى

مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة

د. هدى العمام

عميد الكلية

د. هانى المغلى

نائب العميد لشؤون الجودة

د. عبير الوجيه

رئيس القسم

د. فؤاد المخلافي