



مواصفات مقرر تسويق الخدمات التأمينية

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

ملاحظة: الساعة المعتمدة للعملي والتدريبات تساوي ساعتين فعليتين 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 قادراً 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 واختيار السوق التأمينية، واستراتيجيات التسويق التأميني (المنتج التأميني، التسعير، الترويج، و التوزيع. ومقدمو الخدمة، والعمليات والدليل المادي)
b1 يحلل عوامل البيئة التسويقية للتأمين ومراحل القرار الشرائي ونظم المعلومات التسويقية للخدمات التأمينية.
b2 يختار أساليب واستراتيجيات تقسيم سوق التأمين، وتحديد السوق المستهدف لشركات التأمين.
رئيس القسم: نائب العميد لشؤون الجودة، عميد الكلية، مركز التطوير الأكاديمي، ضمان الجودة



- 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 وتوصلها إلى المستويات الإدارية المختلفة.

iv. موازنة 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.	a1 - يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بالتسويق والتسويق التأميني.
A2 يصف مجموعة من المعارف العامة في المجالات العلمية والتطبيقية المرتبطة بعلوم التأمين وإدارة المخاطر ويتعلم كيفية استخدام البرامج الحاسوبية المستخدمة في التأمين وإدارة المخاطر وكافة العلوم المساندة.	a2 - يشرح مكونات البيئة التسويقية للتأمين وتأثيرها على قدرة شركات التأمين في تحقيق أهدافها.
A3 يوضح الظواهر والعمليات المالية والإدارية ذات الصلة بالعملية التأمينية.	a3 - يوضح أساليب تجزئة واختيار السوق التأمينية، واستراتيجيات التسويق التأميني (المنتج التأميني، التسعير، الترويج، والتوزيع. ومقدمو الخدمة، والعمليات و الدليل المادي .
B1 يحلل العمليات المالية والإدارية ذات الصلة بالعملية التأمينية وإدارة المخاطر والعلوم المساندة لها.	b1 - يحلل عوامل البيئة التسويقية للتأمين ومراحل القرار الشرائي ونظم المعلومات التسويقية للخدمات التأمينية
B2 يميز بين أنواع الأخطار ودرجة احتمال تحقق الخطر لتحديد الأخطار المرغوب التأمين عليها عن الأخطار الغير مرغوبة لكافة القطاعات الاقتصادية.	b2 - يختار أساليب واستراتيجيات تقسيم سوق التأمين وتحديد السوق المستهدف لشركات التأمين.
B3 يستخلص كافة المعلومات عن مدلولات الأخطار لكافة القطاعات الاقتصادية المختلفة.	b3 - يحلل خطط وبرامج المزيج التسويقي للخدمة التأمينية و عناصر ومكونات الخطة التسويقية لشركات التأمين.
C1 يوظف أساليب الإحصاء الاكتواري والمحاسبة والاقتصاد والإدارة والقانون في مجال التأمين وإدارة المخاطر.	c1 - يوظف تأثيرات البيئة التسويقية والسلوك الشرائي للخدمة التأمينية.



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

مواصلة مخرجات التعلم باستراتيجيات التعليم والتعلم والتقييم			
Alignment of CILOs to Teaching and Assessment Strategies			
أولاً: مواصلة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التعليم والتعلم والتقييم:			
First: Alignment of Knowledge and Understanding CILOs			
مخرجات المقرر/ المعرفة والفهم Knowledge and Understanding CILOs	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	استراتيجية التقييم Assessment Strategies	
a1 - يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بالتسويق والتسويق التأميني.	- الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني - الأنشطة والمهام والتكاليف.	- ملاحظة الأداء. - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة - الامتحانات الشفهية - تقييم النزول الميداني	
a2 - يشرح مكونات البيئة التسويقية للتأمين وتأثيرها على قدرة شركات التأمين في تحقيق أهدافها ..	- الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني - الأنشطة والمهام والتكاليف.	- ملاحظة الأداء. - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة	
رئيس القسم	نائب العميد لشؤون الجودة	عميد الكلية	مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة



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

ثانيا: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم:

Second: Alignment of Intellectual Skills CILOs

استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية Intellectual Skills CILOs	
<ul style="list-style-type: none"> - الواجبات والتكليفات - الاختبارات القصير - المقابلة - الملاحظة - الامتحان النصفي - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - المحاضرات التفاعلية - العروض التوضيحي - المناقشات - العصف 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 والتكليفات - الاختبارات القصير - المقابلة - الملاحظة - الامتحان النصفي - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - المحاضرات التفاعلية - العروض التوضيحي - المناقشات - العصف الذهني - التعلم التعاوني - حل المشكلات 	<p>يختار أساليب واستراتيجيات تقسيم سوق التأمين وتحديد السوق المستهدف لشركات التأمين. .</p>	- b2
<ul style="list-style-type: none"> - الواجبات والتكليفات - الاختبارات القصير - المقابلة - الملاحظة - الامتحان النصفي - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - المحاضرات التفاعلية - العروض التوضيحي - المناقشات - العصف الذهني - التعلم التعاوني - حل المشكلات 	<p>يحلل خطط وبرامج المزيج التسويقي للخدمة التأمينية و عناصر ومكونات الخطة التسويقية لشركات التأمين.</p>	b3

ثالثا: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم:

Third: Alignment of Professional and Practical Skills CILOs

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



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

رابعاً: مواءمة 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 والتكليف - تقييم التكليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الادوار - التعليم التعاوني	يشارك بطريقة بناءه في المناقشات الجماعية المتعلقة بإدارة الأنشطة التأمينية في المنظمة.	-d1
- الواجبات والتكليف - تقييم التكليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الادوار - التعليم التعاوني	يملك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية	-d2
- الواجبات والتكليف - تقييم التكليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الادوار - التعليم التعاوني	يكتب التقارير الإدارية وتوصيلها إلى المستويات الإدارية المختلفة.	d3

v. موضوعات محتوى المقرر Course Content

أولاً: موضوعات الجانب النظري Theoretical Aspect

الرقم Order	الموضوعات الرئيسية/ الوحدات Topic List / Units	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	عدد الأسابيع Number of Weeks	الساعات الفعالية Contact Hours	رموز مخرجات التعلم للمقرر (CILOs)
1	الخدمة التأمينية.	<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

مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة

رئيس الجامعة

د. هادي العماد

د. هاني المغلس

د. عبير الوجيه

د. فؤاد المخلافي

أ. د. محمد البخيتي



a1 , a2, b1,c1, d2,d3,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم البيئة التسويقية. • أهمية دراسة البيئة التسويقية. • لشركات التأمين. • عناصر ومكونات البيئة التسويقية للتأمين. • بيئة التأمين الجزئية. • بيئة التأمين 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 التأمين. • استراتيجية اختيار السوق • المستهدف لشركة التأمين. 	تجزئة وتقسيم السوق التأمين.	3
a1 , a3, , b2, c2,d1,d2,d3,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم السلوك الشرائي. , وأهميته. • نموذج دراسة السلوك الشرائي. • العوامل المؤثرة في قرار شراء الخدمة التأمينية • معايير اختيار العملاء لشركة التأمين. • 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 التأمين • مفهوم نظام المعلومات التسويقية • خصائص نظام المعلومات التسويقية في التأمين. • خصائص ومكونات نظام المعلومات التسويقية في التأمين. 	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 . 		
a1 , a3, b2,c2, d1,d2,d3,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم السعر في الخدمة • أهمية قرارات التسعير في التأمين 	تسعير الخدمات التأمينية .	7
a1 , a3, b2,c2, d1,d2,d3,	3	1	<ul style="list-style-type: none"> • العوامل المؤثرة في قرار تسعير خدمة التأمين . • 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	8



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 التأمين (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
===	42	14	اجمالي عدد الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		

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 والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester	

استراتيجيات التدريس Teaching Strategies:				
<ul style="list-style-type: none"> المحاضرة المناقشة والحوار التدريب الميداني (العملي) العصف الذهني حل المشكلات العروض العملية الايضاحية المهام والتكاليف والانشطة والتطبيقات العملية. التعلم الذاتي والتعاوني (الانشطة والتكاليف المنزلية الفردية والجماعية والمشاريع التطبيقية) التغذية الراجعة. المهام البحثية 				
رئيس القسم	نائب العميد لشؤون الجودة	عميد الكلية	مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة	رئيس الجامعة



- الزيارة الخارجية
- دراسة الحالات

.vi الأنشطة والتكليفات 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	التكليف والواجبات المنزلية	1
a3, b2, c2, d1, d3	W 6, 10 ,	10	دراسة وتحليل الحالات العملية	2
a3, b3, c2, d1, d3,	W4,9	5	الحوار التفاعلي والمشاركة في القاعة	3
==	==	20	إجمالي 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 والتكليف	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	الإجمالي Total		

مصادر التعلم Learning Resources	
المراجع الرئيسية Required Textbook(s):	
1. عبد الخالق باعلوي, (2013) تسويق الخدمات , الطبعة الأولى جامعة العلوم والتكنولوجيا. صنعاء . ج. ي.	
2. عبد الرحمن توفيق. 2013, تسويق الخدمات التأمينية , مركز الخبرات المهنية للإدارة. بميك - القاهرة -- جمهورية مصر العربية.	
المراجع المساعدة: .	
1. علي محمد حسن بني مصطفى (2017) أثر التخطيط الاستراتيجي في تسويق الخدمات, الطبعة الأولى, دار زهران للنشر والتوزيع, عمان	
2. بشير بودية, طارق فندور (2016) : أصول ومضامين تسويق الخدمات , الطبعة الأولى , دار صفاء للنشر والتوزيع- عمان,	
1. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... Electronic Materials and Web Sites etc.	
توجيه الطلبة بالرجوع لمواقع مرتبطة بموضوعات المقرر في الإنترنت.	

رئيس القسم نائب العميد لشؤون الجودة عميد الكلية مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة رئيس الجامعة

د. فؤاد المخلافي د. عبير الوجيه د. هاني المغلس د. هدى العماد أ. د. محمد البخيتي



viii. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
1	<p>سياسة حضور الفعاليات التعليمية Class Attendance:</p> <ul style="list-style-type: none"> - يلتزم الطالب بحضور 75% من المحاضرات ويحرم في حال عدم الوفاء بذلك. - يقدم أستاذ المقرر تقريراً بحضور وغياب الطلاب للقسم ويحرم الطالب من دخول الامتحان في حال تجاوز الغياب 25% ويتم اقرار الحرمان من مجلس القسم.
2	<p>الحضور المتأخر Tardy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - يسمح للطالب حضور المحاضرة إذا تأخر لمدة ربع ساعة لثلاث مرات في الفصل الدراسي، وإذا تأخر زيادة عن ثلاث مرات يحذر شفويًا من أستاذ المقرر، وعند عدم الالتزام يمنع من دخول المحاضرة.
3	<p>ضوابط الامتحان Exam Attendance/Punctuality:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
4	<p>التعيينات والمشاريع Assignments & Projects:</p> <ul style="list-style-type: none"> - يحدد أستاذ المقرر نوع التعيينات في بداية الفصل ويحدد مواعيد تسليمها وضوابط تنفيذ التكاليف وتسليمها. - إذا تأخر الطالب في تسليم التكاليف عن الموعد المحدد يحرم من درجة التكاليف الذي تأخر في تسليمه.
5	<p>الغش Cheating:</p> <ul style="list-style-type: none"> - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش في الامتحان النصفى أو النهائي تطبق عليه لائحة شؤون الطلاب. - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش أو النقل في التكاليف والمشاريع يحرم من الدرجة المخصصة للتكاليف.
6	<p>الانتحال Plagiarism:</p> <ul style="list-style-type: none"> - في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك
7	<p>سياسات أخرى Other policies:</p> <ul style="list-style-type: none"> - أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليف الخ

خطة مقرر: تسويق خدمات التأمين

i. معلومات عن أستاذ المقرر Information about Faculty Member Responsible for the Course						
الاسم Name			الساعات المكتبية (أسبوعياً) Office Hours			
المكان ورقم الهاتف Location & Telephone No.			الأحد SUN			د. فضل محمد المحمودي
البريد الإلكتروني E-mail			الاثنين MON			777714477
			الثلاثاء TUE			Dr.fadlalmhmodi@gmail.com
			الأربعاء WED			
			الخميس THU			

ii. معلومات عامة عن المقرر General information about the course	
---	--



تسويق خدمات التأمين				اسم المقرر Course Title	1.
				رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	2.
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة Credit Hours			الساعات المعتمدة للمقرر Credit Hours	3.
	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	عملي Practical	محاضرات Lecture		
3	-	-	3		
المستوى الثالث: الفصل الثاني.				المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	4.
- مبادئ التسويق, مبادئ التأمين				المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)	5.
لا توجد				المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)	6.
بكالوريوس التأمين والمخاطر				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 المحمودي				معد(و) مواصفات المقرر Prepared By	10.
				تاريخ اعتماد مواصفات المقرر Date of Approval	11.

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.

رئيس الجامعة

مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة

عميد الكلية

نائب العميد لشؤون الجودة

رئيس القسم

أ.د. محمد البخيتي

د. هدى العماد

د. هاني المغلس

د. عبير الوجيه

د. فؤاد المخلافي



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

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

- يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بالتسويق والتسويق التأميني .
- يشرح مكونات البيئة التسويقية للتأمين وتأثيرها على قدرة شركات التأمين في تحقيق اهدافها ..
- يوضح اساليب تجزئة واختيار السوق التأمينية، واستراتيجيات التسويق التأميني (المنتج التأميني , التسعير, الترويج, والتوزيع. ومقدمو الخدمة, والعمليات و الدليل المادي).
- b1 يحلل عوامل البيئة التسويقية للتأمين ومراحل القرار الشرائي ونظم المعلومات التسويقية للخدمات التأمين.
- b2 يختار أساليب واستراتيجيات تقسيم سوق التأمين وتحديد السوق المستهدف لشركات التأمين.
- b3 يحلل خطط وبرامج المزيج التسويقي للخدمة التأمينية و عناصر ومكونات الخطة التسويقية لشركات التأمين.
- c1 يوظف تأثيرات البيئة التسويقية في السلوك الشرائي للخدمة التأمينية .
- c2 يعد فعالية نظم المعلومات التسويقية واستراتيجيات التسويق التأميني في شركات التأمين.
- c3 ينفذ الخطط والبرامج التسويقية للخدمات التأمينية .
- d1 يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بإدارة الانشطة التأمينية 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

الرقم Order	الموضوعات الرئيسية/ الوحدات Topic List / Units	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	الأسبوع Week Due	الساعات الفعلية Contact Hours
1	الخدمة التأمينية.	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم واهمية الخدمة التأمينية . • الفروق الجوهرية بين السلع والخدمات • الخصائص التسويقية للخدمة التأمينية . • مفهوم التسويق التأميني . • اهمية التسويق التأميني . 	w1	3
2	البيئة التسويقية للتأمين.	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم البيئة التسويقية . • اهمية دراسة البيئة التسويقية . • لشركات التأمين . • عناصر ومكونات البيئة التسويقية للتأمين . • بيئة التأمين الجزئية . • بيئة التأمين الكلية . 	w2	3
3	تجزئة وتقسيم السوق التأمين.	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم تقسيم/ تجزئة السوق. • اهمية تقسيم السوق • اسس ومعايير تقسيم سوق التأمين. • استراتيجية اختيار السوق المستهدف لشركة التأمين. 	w3	3
4	السلوك الشرائي للخدمة التأمينية.	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم السلوك الشرائي. , واهميته:. • نموذج دراسة السلوك الشرائي. • العوامل المؤثرة في قرار شراء الخدمة التأمينية • معايير اختيار العملاء لشركة التأمين. 	w4	3

رئيس القسم: نائب المدير لشؤون الجودة: مدير التعليم الأكاديمي: وضمان الجودة: رئيس الجامعة:



		• مراحل القرار الشرائي للخدمة التأمينية .		
3	w5	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم بحوث التسويق وأهميتها • مفهوم بحوث التسويق. • دور بحوث التسويق في التأمين • مفهوم وخصائص نظام المعلومات التسويقية • مفهوم نظام المعلومات التسويقية • خصائص نظام المعلومات التسويقية 	5	بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية.
3	w6	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم وابعاد المنتج (الخدمة) التأميني . • مراحل تطوير المنتجات التأمينية 	6	تخطيط وتطوير المنتج/الخدمة التأمينية .
3	w7	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم دورة حياة الخدمة • مراحل دورة حياة الخدمة التأمينية • واستراتيجياتها التسويقية . 		
3	w8	امتحان نصفي	7	
3	w9	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم السعر في الخدمة • أهمية قرارات التسعير في التأمين 	8	تسعير الخدمات التأمينية .
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. • أهمية التوزيع للخدمة التأمينية 	9	توزيع الخدمات التأمينية
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. • أهمية ترويج الخدمة التأمينية 	10	ترويج الخدمات التأمينية
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 	11	مقدمو الخدمة, / العمليات / الدليل المادي .
3	w16	امتحان نهائي	12	
48	16	اجمالي عدد الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		



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

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

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies

- المحاضرة
- المناقشة والحوار
- التدريب الميداني (العملي)
- العصف الذهني
- حل المشكلات
- العروض العملية الايضاحية
- المهام والتكاليف والانشطة والتطبيقات العملية.
- التعلم الذاتي والتعاوني (الانشطة والتكاليف المنزلية الفردية والجماعية والمشاريع التطبيقية)
- التغذية الراجعة.
- المهام البحثية
- الزيارة الخارجية
- دراسة الحالات

.xi. الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments

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

.xii. تقييم التعلم :Learning Assessment

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



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

مصادر التعلم Learning Resources:	
المراجع الرئيسية Required Textbook(s):	
1.	عبد الخالق باعلوي, (2013) تسويق الخدمات, الطبعة الأولى جامعة العلوم والتكنولوجيا. صنعاء . ج. ي.
2.	عبد الرحمن توفيق. 2013, تسويق الخدمات التأمينية , مركز الخبرات المهنية للإدارة. بميك - القاهرة -- جمهورية مصر العربية.
المراجع المساعدة:	
1.	علي محمد حسن بني مصطفى(2017) أثر التخطيط الاستراتيجي في تسويق الخدمات, الطبعة الأولى, دار زهران للنشر والتوزيع, عمان
2.	بشير بودية, طارق فندور(2016) : أصول ومضامين تسويق الخدمات, الطبعة الأولى, دار صفاء للنشر والتوزيع- عمان,
2. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت ... Electronic Materials and Web Sites etc.	
توجيه الطلبة بالرجوع لمواقع مرتبطة بموضوعات المقرر في الإنترنت.	

xiii. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
1	سياسة حضور الفعاليات التعليمية Class Attendance: - يلتزم الطالب بحضور 75% من المحاضرات ويحرم في حال عدم الوفاء بذلك. - يقدم أستاذ المقرر تقريراً بحضور وغياب الطلاب للقسم ويحرم الطالب من دخول الامتحان في حال تجاوز الغياب 25% ويتم اقرار الحرمان من مجلس القسم.
2	الحضور المتأخر Tardy: - يسمح للطالب حضور المحاضرة إذا تأخر لمدة ربع ساعة لثلاث مرات في الفصل الدراسي، وإذا تأخر زيادة عن ثلاث مرات يحذر شفويًا من أستاذ المقرر، وعند عدم الالتزام يمنع من دخول المحاضرة.
3	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.
4	التعيينات والمشاريع Assignments & Projects: - يحدد أستاذ المقرر نوع التعيينات في بداية الفصل ويحدد مواعيد تسليمها وضوابط تنفيذ التكاليف وتسليمها. - إذا تأخر الطالب في تسليم التكاليف عن الموعد المحدد يحرم من درجة التكاليف الذي تأخر في تسليمه.
5	الغش Cheating: - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش في الامتحان النصفى أو النهائي تطبق عليه لائحة شؤون الطلاب. - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش أو النقل في التكاليف والمشاريع يحرم من الدرجة المخصصة للتكاليف.
6	الانتحال Plagiarism: - في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك
7	سياسات أخرى Other policies: - عميد الكلية - مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة - رئيس الجامعة



جامعة صنعاء
كلية التجارة والاقتصاد
قسم الإحصاء والمعلومات
برنامج التأمين وإدارة المخاطر

..... الخ - أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليفات

رئيس الجامعة

أ. د. محمد البخيتي

مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة

د. هدى العماد

عميد الكلية

د. هاني المغلس

نائب العميد لشؤون الجودة

د. عيبر الوجيه

رئيس القسم

د. فؤاد المخلافي