

2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس) —

اسم المقرر: تسويق المنتجات التأمينية
رمز المقرر: APRI2511
البرنامج: دبلوم ادارة المخاطر والتأمين
القسم العلمي: الدبلومات
الكلية: الكلية التطبيقية
المؤسسة: جامعة أم القرى
نسخة التوصيف: الأولى 2025
تاريخ آخر مراجعة: 15-2-2025



جدول المحتويات

- أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: 3.....
- ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: 4.....
- ج. موضوعات المقرر: 5.....
- د. أنشطة تقييم الطلبة: 5.....
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: 5.....
- و. تقويم جودة المقرر: 6.....
- ز. اعتماد التوصيف: 6.....



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3)

2. نوع المقرر

أ	<input type="checkbox"/> متطلب جامعة	<input type="checkbox"/> متطلب كلية	<input checked="" type="checkbox"/> متطلب تخصص	<input type="checkbox"/> متطلب مسار	<input type="checkbox"/> أخرى
ب	<input checked="" type="checkbox"/> إجباري	<input type="checkbox"/> اختياري			

3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (المستوى الثالث)

4. الوصف العام للمقرر

يهدف المقرر إلى تقديم المعارف والمهارات الأساسية اللازمة لتسويق المنتجات التأمينية، مع التركيز على فهم خصائص هذه المنتجات وتطوير استراتيجيات تسويقية مبتكرة تلائم احتياجات السوق. كما يستعرض المقرر دور التكنولوجيا في تعزيز كفاءة عمليات التسويق، بالإضافة إلى استعراض الجوانب القانونية والأخلاقية التي تحكم تسويق المنتجات التأمينية. بالإضافة إلى ذلك، يُدرب المقرر الطلاب على استخدام أدوات التحليل التسويقي لاستكشاف الفرص الجديدة وتصميم حلول تأمينية مخصصة تلبي تطلعات العملاء بشكل فعال.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

التأمين الصحي

تأمين الممتلكات والمسؤوليات

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

يهدف هذا المقرر إلى:

- فهم طبيعة المنتجات التأمينية:
- تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة:
- تحليل الأسواق والفرص الجديدة:
- الالتزام بالقوانين والأخلاقيات المهنية:
- بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء:

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي	45	% 100

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
2	التعليم الإلكتروني	لا يوجد	لا يوجد
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	لا يوجد	لا يوجد
4	التعليم عن بعد	لا يوجد	لا يوجد

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	45	100%
2	معمل أو إستوديو	لا يوجد	لا يوجد
3	ميداني	لا يوجد	لا يوجد
4	دروس إضافية	لا يوجد	لا يوجد
5	أخرى	لا يوجد	لا يوجد
الإجمالي		45	100%

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يفهم طبيعة المنتجات التأمينية وخصائصها.	ع 1	المحاضرات النظرية الحوار والمناقشة التعلم التفاعلي واستخدام التقنية	الاختبارات الفصلية والنهائية
1.2	يشرح القوانين واللوائح التي تحكم تسويق المنتجات التأمينية.	ع 2	العصف الذهني التعليم الذاتي الموجه	أسئلة تحصيلية وتقويم أثناء المحاضرات، تقييم الواجبات المنزلية.
2.0	المهارات			
2.1	يصمم استراتيجيات تسويقية فعالة	م 1	المحاضرات النظرية محاضرات عملية لحل	الاختبارات الفصلية والنهائية
2.2	يستخدم أدوات التحليل التسويقي لتقييم الأسواق	م 2	التمارين الحوار والمناقشة	الاختبارات الفصلية والنهائية

الرمز	نواتج التعلم	رموز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
			العصف الذهني التطبيقات العملية والتعامل مع مصادر البيانات تقديم أمثلة للمشكلات الواقعية وكيفية حله	
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	مناقشة المسائل وحلها ضمن فرق ومجموعات العمل سواء كان دور الطالب فيها رئيساً للفرق أو عضواً	ق 1	استخدام استراتيجية العمل الجماعي التعاوني من خلال تعيين فريق لمناقشة المواضيع التي تتعلق بتأمين الممتلكات والمسؤوليات	تخصيص جزء من درجات الأعمال الفصلية للمشاركات المحفزة لتعلم الطلبة
3.2	تحمل المسؤولية في التعلم والتعرف على مصادر المعلومات الجديدة وطريقة استخدامها وأدوات تحليلها	ق 2	استخدام استراتيجية العمل الجماعي التعاوني من خلال تعيين فريق لمناقشة المواضيع التي تتعلق بتأمين الممتلكات والمسؤوليات	تخصيص جزء من درجات الأعمال الفصلية للمشاركات المحفزة لتعلم الطلبة
3.3	التعبير عن رأيه في الموضوعات المحتملة لأكثر من رأي بطريقة تراعي مشاعر الآخرين ولا تتعارض مع قيم المجتمع وأخلاقياته	ق 3	استخدام استراتيجية العمل الجماعي التعاوني من خلال تعيين فريق لمناقشة المواضيع التي تتعلق بتأمين الممتلكات والمسؤوليات	تخصيص جزء من درجات الأعمال الفصلية للمشاركات المحفزة لتعلم الطلبة

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مقدمة في تسويق المنتجات التأمينية: • تعريف المنتجات التأمينية وأهميتها.	4

	<ul style="list-style-type: none"> الفرق بين تسويق المنتجات التأمينية وتسويق المنتجات التقليدية. 	
6	<ul style="list-style-type: none"> تصميم المنتجات التأمينية: خطوات تصميم منتج تأميني جديد. تخصيص المنتجات لتلبية احتياجات العملاء. 	2
8	<ul style="list-style-type: none"> استراتيجيات تسويق المنتجات التأمينية: التسويق التقليدي مقابل التسويق الرقمي. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات الإلكترونية. 	3
6	<ul style="list-style-type: none"> تحليل الأسواق وسلوك المستهلكين: دراسة سلوك العملاء في قطاع التأمين. أدوات تحليل السوق (مثل SWOT وPESTEL) 	4
6	<ul style="list-style-type: none"> التكنولوجيا في تسويق المنتجات التأمينية: دور الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات في التسويق. استخدام التطبيقات الذكية ومنصات الإنترنت. 	5
4	<ul style="list-style-type: none"> القوانين والأخلاقيات في تسويق التأمين اللوائح المحلية المتعلقة بتسويق المنتجات التأمينية. أهمية الشفافية والنزاهة في التعامل مع العملاء. 	6
6	<ul style="list-style-type: none"> إدارة العلاقات مع العملاء (CRM): تقنيات بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء. استراتيجيات تعزيز ولاء العملاء. 	
5	<ul style="list-style-type: none"> دراسات حالة وتطبيقات عملية: أمثلة على نجاحات وإخفاقات في تسويق المنتجات التأمينية. تطبيق استراتيجيات تسويقية على حالات واقعية. 	
45	المجموع	

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار دوري أول	5 أو 6	15%
2	اختبار نصفي	-	-
3	اختبار دوري ثاني	10 أو 11	15%
4	مناقشة المقال أو المشروع الجماعي (العروض التقديمية)	14 أو 15	15%
5	الواجبات	14	15%

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
6	الاختبار النهائي	18-16	%40

أنشطة التقييم (اختبار تحريري، شفهي، عرض تقديمي، مشروع جماعي، ورقة عمل وغيره).

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

<p>- معراج هوارى، جهاد بوعزوز، أحمد مجدل: (2013) "تسويق خدمات التأمين: واقع السوق الحالي وتحديات المستقبل". داركنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع.</p>	المرجع الرئيس للمقرر
<p>(2018) سلمان زيدان: تسويق الخدمات التأمينية: العمق الاستراتيجي والأداء البشري". دارمجدلاوي للنشر والتوزيع</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). <i>Marketing Management</i> (16th ed.). Pearson Education. 2. Cummins, J. D., & Weiss, M. A. (2009). Convergence of insurance and financial markets: Hybrid and securitized risk-transfer solutions. <i>Journal of Risk and Insurance</i>, 76 (3), 493-545. https://doi.org/10.1111/j.1539-6975.2009.01311.x 3. Peter, J. P., & Donnelly Jr, J. H. (2018). <i>Marketing Management: Knowledge and Skills</i> (13th ed.). McGraw-Hill Education. 4. Life Office Management Association (LOMA). (2015). <i>Insurance Marketing: Principles and Practices</i>. LOMA Publications. 5. Homburg, C., Jozić, D., & Kuehnl, C. (2017). Customer experience management: Toward implementing an evolving marketing concept. <i>Journal of the Academy of Marketing Science</i>, 45 (3), 377-401. https://doi.org/10.1007/s11747-017-0525-x 	المراجع المساندة
<p>موقع البنك المركزي السعودي (www.sama.gov.sa) الهيئة العامة للإحصاء (SAMAA). (2020). دراسة حول تسويق التأمين في العالم العربي. الرياض: البنك المركزي السعودي www.sama.gov.sa</p>	المصادر الإلكترونية



لا يوجد	أخرى
---------	------

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعات دراسية – سبورة
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز حاسب آلي وعرض في القاعة – السبورة الذكية – جهاز عرض البيانات
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	لا توجد

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
فاعلية التدريس	<ul style="list-style-type: none"> أعضاء ومتخصصون من داخل وخارج القسم الطلاب لجنة الجودة بالقسم رئيس القسم 	<p>اللقاءات مع الطلاب .</p> <p>استطلاعات رأي الطلاب حول جودة المقرر والتدريس .</p> <p>مراجعة المقرر والاختبارات من طرف أعضاء من داخل القسم وخارجه.</p>
فاعلية طرق تقييم الطلاب	<p>المراجع النظير – قيادات البرنامج – أعضاء هيئة التدريس - الطلاب</p>	<p>التقييم الذاتي .</p> <p>تقييم الزملاء .</p> <p>تقارير العينة العشوائية من طرف أعضاء من داخل القسم وخارجه.</p>
مصادر التعلم	<ul style="list-style-type: none"> أعضاء ومتخصصون من داخل وخارج القسم الطلاب لجنة الجودة بالقسم رئيس القسم 	<p>الاستبانات والاستفتاءات المعتمدة من القسم</p> <p>استطلاعات رأي الطلاب وأعضاء هيئة التدريس حول جودة مصادر التعلم</p>
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	<ul style="list-style-type: none"> أعضاء ومتخصصون من داخل وخارج القسم 	<p>فحص الدرجات أو التحليل لعينة من أوراق الاختبار من</p>





مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
	<ul style="list-style-type: none"> الطلاب لجنة الجودة بالقسم رئيس القسم 	طرف عضو هيئة التدريس سواء محلي أو زائراً أو خارجي اختبار التخرج (معايير البرنامج) اختبار جاهزية.
أخرى		

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها).
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس جامعة أم القرى
رقم الجلسة	851141114462/190347
تاريخ الجلسة	1446/11/22 هـ

