

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الرمز: وت أس 2.1

اسم المادة: تسويق الخدمات المالية

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

الهدف من المقياس هو تعريف الطلبة بالمفاهيم والتقنيات المتعلقة بتسويق الخدمات المالية، والتعرف على القطاع المالي بفروعه وأهمها القطاع المصرفي وقطاع التأمين، مع الاحاطة بخصوصية الخدمة المالية ومتطلبات تسويقها ميدانيا. وعند اتمام برنامج المقياس سيكون الطالب متمكن من:

- فهم جيد للقطاع المالي وأهميته الاقتصادية وتطوراته الحالية؛
- الاحاطة بكل أشكال الخدمات المالية وخصائصها وأهمها الخدمة المصرفية وخدمة التأمين وخدمات الاستثمار المالي؛
- القدرة على التخطيط والتصميم والتنفيذ لأنشطة المزيج التسويقي الخدمي الخاصة بالمؤسسات المالية

المعارف المسبقة المطلوبة:

يتوجب على الطالب أن يكون ملما بأساسيات التسويق عموما، ومبادئ تسويق الخدمات التي تم تناولها في السنة الثالثة ليسانس.

محتوى المادة:

المحور الأول: مدخل للمؤسسات المالية

المحور الثاني: مدخل لتسويق الخدمات المالية

المحور الثالث: السوق المالي: التجزئة، الاستهداف . التموضع

المحور الرابع: دراسة سلوك عميل الخدمات المالية

المحور الخامس: المنتج المالي (الخدمة المالية)

المحور السادس: تسعير الخدمات المالية

المحور السابع: توزيع الخدمات المالية

المحور الثامن: ترويج الخدمات المالية

المحور التاسع: الأفراد (الجمهور)، العمليات والدليل المادي

المحور العاشر: الخدمات المالية الالكترونية

المحور الحادي عشر: تسويق الخدمات المصرفية

المحور الثاني عشر: تسويق الخدمات التأمينية

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. ثامر البكري واحمد الرحومي، تسويق الخدمات المالية، إثراء للنشر والتوزيع، الشارقة، 2008
2. سليمان الجيوسي، تسويق الخدمات المالية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، 2010
3. تيسير العجارمة التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.
4. محمود الصميدعي وردينه عثمان، التسويق المصرفي: مدخل استراتيجي، كمي وتحليلي، دار المناهج، الطبعة الأولى، 2005.
5. معراج هوارى، جهاد بوعزوز، أحمد مجدل، تسويق خدمات التأمين، دار كنوز المعرفة، 2013
6. Christine Ennew, Nigel Waite, Roisin Waite, Financial Services Marketing: An International Guide to Principles and Practice, Routledge; 3e édition (2017).
7. Michel BADOCC, Marketing Management pour les sociétés financières. Banques, sociétés d'assurance, Réinventer le marketing de la finance et du risque pour préparer le future, éditions d'Organisation, 1995
8. Michel BADOCC, Elodie Trouillaud, Le marketing bancaire et de l'assurance, 3eme édition Revue Banque, 2013