

SYLLABUS منهاج المادة التعليمية

الشعبة : تسويق

الميدان : علوم تجارية

التخصص تسويق مصرفي

السنة الجامعية : 2017-2018

السادسي : الاول

التعرف على المادة التعليمية

العنوان : تسويق الالكتروني مصرفي

وحدة التعليم : الأساسية

عدد الأرصدة : المعامل :

الحجم الساعي الأسبوعي : ثلاث ساعات

المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع) : ساعة ونصف

أعمال توجيهية (عدد الساعات في الأسبوع) : /

أعمال تطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع) : ساعة ونصف

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب، الرتبة : عنان فاطمة الزهراء – استاذ مخاضر – ا -

تحديد موقع المكتب (مدخل ، مكتب) : /

البريد الالكتروني : annanefatma@yahoo.fr

رقم الهاتف :

توقيت الدرس ومكانه : يوم الأحد 08:00 - 11:00 القاعة 07 ترجمة

وصف المادة التعليمية

المكتسبات (Pré requis) :

التعرف على التسويق الالكتروني المصرفي و أهميته للبنوك في العالم الافتراضي و كيفية تطبيق المزيج التسويقي الالكتروني في البنوك ، و مدى استجابة هذه الأخيرة له .

الهدف العام للمادة التعليمية :

تهدف المادة إلى تعريف الطالب بالمفاهيم المتعلقة بالتسويق الالكتروني المصرفي، و التغيرات التي سيحدثها في مجمل نشاطات التسويق في البنوك و الشروط الضرورية لممارسته و كيفية تطوير الخدمات الالكترونية لمواجهة المنافسة في عالم المصارف، كما سيتم التطرق إلى كيفية تطبيق التقنية خاصة الانترنت المعتمدة على عناصر المزيج التسويقي الالكتروني في البنوك
أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها) : (من 3 الى 6 أهداف مع التركيز فقط على الأهداف التي يتم تقييمها)

- ✓ التعرف على مفاهيم التسويق الالكتروني المصرفي والفصل بينه وبين المفاهيم المتداخلة
- ✓ استيعاب أهمية و أهداف التسويق الالكتروني في تطوير خدمات المصارف في عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
- ✓ تعلم كيفية عمل المزيج التسويقي الالكتروني في المصارف و طرق تحديث الصفحات الالكترونية لتكون أكثر جاذبية ، بالإضافة إلى استحداث بطاقات الدفع الالكتروني للتماشي و التغيرات العالمية

محتوى المادة التعليمية

الفصل الأول : مفاهيم عامة حول التسويق الالكتروني

- أولا : مفهوم التسويق الالكتروني
- ثانيا : الفرق بين التسويق الالكتروني و المفاهيم الأخرى
- ثالثا : أهمية وخصائص التسويق الالكتروني
- رابعا : أنواع التسويق الالكتروني

الفصل الثاني : تسويق الخدمات مصرفية

- أولا : تعريف الخدمات و خصائصها
- ثانيا : تعريف الخدمات المصرفية و أهميتها
- ثالثا : مراحل تطور التسويق في المصارف
- رابعا : أهمية التسويق في المصارف

الفصل الثالث : التسويق الالكتروني في المصارف و المزيج التسويقي الالكتروني

- أولا : نشأة التسويق الالكتروني في المصارف
- ثانيا : المزيج التسويقي الالكتروني في المصارف
- ثالثا : آليات الدفع الالكتروني في المصارف
- رابعا : مخاطر التسويق الالكتروني في المصارف و كيفية معالجتها

طرق التقييم

طبيعة الامتحان	التقييم بالنسبة المئوية
امتحان	50%
امتحان جزئي	20%
أعمال موجهة	/
أعمال تطبيقية	/
المشروع الفردي	/
الأعمال الجماعية (ضمن فريق) – بحث جماعي-	20%
خرجات ميدانية	/
المواظبة (الحضور / الغياب)	5%
عناصر أخرى (يتم تحديدها) المشاركة و السلوك	5%
المجموع	100%

المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به :

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر و السنة
التسويق المصرفي	صباح محمد ابو تايه	دار وائل للنشر التوزيع

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):

عنوان المرجع الأول	المؤلف	دار النشر و السنة
التسويق المصرفي	ايهاب نظمي ابراهيم	دار الكتاب الجامعي
عنوان المرجع الثاني	المؤلف	دار النشر و السنة
التسويق الالكتروني	نصير.م	دار الحامد عمان

المخطط الزمني المرتقب

الأسبوع	محتوى الدرس	التاريخ
الأسبوع الأول		
الأسبوع الثاني		
الأسبوع الثالث		
الأسبوع الرابع		
الأسبوع الخامس		
الأسبوع السادس	الامتحان الجزئي	
الأسبوع السابع		
الأسبوع الثامن		
الأسبوع التاسع		
الأسبوع العاشر		
الأسبوع الحادي عشر		
الأسبوع الثاني عشر		
الأسبوع الثالث عشر	امتحان نهاية السداسي	
-	الامتحان الاستدراكي	