



التسويق المصرفي

الأستاذ
محمد خليل الكسواني



الفهرس

13..... المقدمة

الفصل الاول

التسويق والبنوك - مفاهيم عامة

17..... مفهوم التسويق وتطوره تاريخياً

20..... مفهوم البنوك وتطورها تاريخياً وأنواعها

23..... مهام المؤسسات المصرفية الجزائرية

26..... بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)

27..... بنك التنمية المحلية (BDL)

27..... التسويق المصرفي - مفهوم ، أهداف ، ونشأته

28..... مفاهيم التسويق المصرفي وأهدافه

34..... نشأة وتطور التسويق المصرفي

40..... البيئة التسويقية للبنوك

41..... مفهوم البيئة التسويقية للبنوك

42..... مكونات البيئة التسويقية للبنوك

48..... الخدمات المصرفية

48..... مفهوم الخدمات وتصنيفها

52..... خصائص الخدمات المصرفية وأنواعها

57..... التحويل المصرفي

58..... مراحل تطور الخدمات المصرفية

الفصل الثاني

التسويق المصرفي الإلكتروني

والقدرة التنافسية للمصارف

69	التسويق المصرفي الإلكتروني.....
74	الإطار النظري والدراسات السابقة
77	التسويق المصرفي الإلكتروني
77	استراتيجية التسويق الإلكتروني
78	مزايا التسويق المصرفي الإلكتروني
79	البنوك الإلكترونية
80	إدارة تميز الخدمة المصرفية
81	التسويق المصرفي الإلكتروني عبر الانترنت
83	العملية المصرفية الإلكترونية
85	أشكال التوقيع الإلكتروني
86	محددات التسويق المصرفي الإلكتروني
86	العوامل المؤثرة على سلوك العملاء في اختيار المصرف
90	مجتمع الدراسة وإجراءات الدراسة
91	اختبار الفرضيات
100	تحليل ومناقشة نتائج الدراسة
101	التوصيات العامة
101	اتجاهات بحث مستقبلية
102	التسويق الإلكتروني
108	خصائص عينة الدراسة
109	تحليل النتائج واختبار الفرضيات
119	التسويق المصرفي الإلكتروني.....

120.....	التسويق المباشر.....
120.....	مفهوم التسويق المباشر.....
121.....	البيع وجها لوجه.....
121.....	التسويق المباشر بالبريد.....
122.....	البطاقة البلاستيكية.....
123.....	بطاقات الانترنت.....
123.....	الانترنت.....
124.....	تعريف الانترنت.....
125.....	مكونات الشبكة واحتياجاتها.....
125.....	استخدام الانترنت في البلدان العربية.....
126.....	ايجابيات الانترنت.....
127.....	سلبيات الانترنت.....
127.....	العمل المصرفي عبر الانترنت.....
128.....	تعو العمل المصرفي عبر الانترنت.....

الفصل الثالث

التسويق في المؤسسة المصرفية

135.....	التسويق في المؤسسة المصرفية.....
136.....	مفهوم وتاريخ التسويق المصرفي.....
137.....	ظهور التسويق المصرفي.....
138.....	تطور مفهوم وظائف التسويق المصرفي.....
140.....	المراحل التي مر بها التسويق المصرفي.....
143.....	المزيج التسويقي المصرفي.....
143.....	المنتج المصرفي.....
144.....	دورة حياة المنتج المصرفي.....

45	أهداف التسعير وتحديد السعر
46	قرارات تسعير الخدمات المصرفية
46	استراتيجيات تسعير الخدمات المصرفية
48	اختيار موقع وتوزيع شبكة فروع المصرف
49	طرق توزيع الخدمات المصرفية
51	الترويج المصرفي
52	عناصر مزيج الترويج المصرفي
56	الاستراتيجية التسويقية المصرفية
59	استراتيجية صناعة الفرص والعملاء والأسواق
62	الحضور المشترك في المحافل التجارية والمعارض الدولية
63	توزيع الخدمات المصرفية
65	التسويق الإلكتروني
70	مصفوفة صور التسويق الإلكتروني
71	أثر التسويق الإلكتروني على المزيج التسويقي
77	خطوات الإعلان عبر شبكة الإنترنت

الفصل الرابع

سياسات التسعير

83	سياسات التسعير
83	التسعير على أساس التكلفة
83	التسعير على أساس أسعار المنافسين
84	التسعير على أساس حجم الطلب
84	التسعير الموجه بالعميل
84	المزادات العلنية على الإنترنت
86	البنية التحتية للتسويق الإلكتروني ومتطلباته الأساسية

- 196..... واقع التسويق الالكتروني في البلدان العربية
- 207..... التشريعات العربية ومراحل مواكبة التسويق الإلكتروني
- 215..... الآثار الاقتصادية للتسويق الالكتروني في البلدان العربية
- 220..... التسويق المصرفي الالكتروني في البلدان العربية ومتطلباته
- 244..... مستقبل التسويق الالكتروني في البلدان العربية
- 262..... التسويق الالكتروني كأداة للتمييز في منظمات الاعمال
التحديات التي تواجه المنظمات ، وإدارة التميز
لتواجهتها..... 264
- 264..... مداخل إدارة التميز
- 267 المراجع العربية
- 268..... المراجع الاجنبية