

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

فريق ميدان التكوين

الشعبة: ..علوم تجارية التخصص: تسويق

الأستاذ: ربيع مسعود المقياس: نظم المعلومات التسويقي المصرفية
السنة: 2020/2019 السداسي: الثاني

البرنامج السداسي التفصيلي للمقياس

الأسابيع *	محاور البرنامج (الفصول)	المحاور الفرعية للبرنامج (عناصر المحاضرة)
الأسبوع 01	مدخل إلى نظم المعلومات الإدارية	1- المفهوم والطبيعة
الأسبوع 02	نظم المعلومات التسويقية المصرفية	المفهوم، الأهمية، العناصر والمكونات
الأسبوع 03	مراحل تصميم (بناء) نظام المعلومات التسويقية المصرفية	التصميم العام للنظام (تصميم المدخلات، المعالجة ، الخرجات، التصميم المادي)
الاسبوع 04	مصادر بيانات نظم المعلومات التسويقية	أنواع المعلومات التسويقية، تصنيف المعلومات التسويقية، الفرق بين المعلومات الأولية والمعلومات الثانوية، مصادر المعلومات التسويقية
من الأسبوع 05 الى الاسبوع 7	نظم المعلومات التسويقية في صنع قرارات المزيج التسويقي المصرفي	دور نظام المعلومات التسويقية في صنع قرارات مزيج المنتج، دور نظام المعلومات التسويقية في صنع قرارات مزيج التسعير، دور نظام المعلومات التسويقية في صنع قرارات مزيج الترويج:
الأسبوع 08 و 09	دور نظم المعلومات التسويقية في التخطيط والرقابة للأنشطة التسويقية المصرفية	التخطيط (التجزئة، اختيار المزيج التسويقي المناسب) الرقابة على الأنشطة التسويقية المصرفية
الأسبوع 10 و 11	تحليل ودراسة حالات عملية لأنظمة المعلومات التسويقية المصرفية	دراسة حالة لبنكين واحد جزائري والآخر اجنبي

المراجع المعتمدة في المقياس:

1. مجيد مصطفى عثمان منصور دور نظم المعلومات التسويقية في دعم التسويق المصرفي، ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، نوفمبر، 2012.
2. رمان سليمان صادق النمو، الدكتوراة نجلة يونس محمد آل مراد، 2011. **تسويق الخدمات المصرفية،**
3. الحداد عوض، 2014، التسويق، استراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية،

اسلوب التقييم في المقياس:

امتحان 8ن+ اعمال منزلية 8ن(بحث...)+ مشاركة ومواضبة 4ن