

كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

فريق ميدان التكوين

التخصص: تسويق مصرفي

الشعبة: علوم تجارية

المقياس: التسويق الالكتروني للخدمات المصرفية

الأستاذ: قطاف فيروز

السادسي : الثالث

السنة : الثانية ماستر

البرنامج السداسي التفصيلي للمقياس

الأسابيع	محاور البرنامج (الفصول)	المحاور الفرعية للبرنامج (عناصر المحاضرة)
الأسبوع 1	الفصل الأول: مدخل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال	1- مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال 2- تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال 3- مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال
الأسبوع 2	الفصل الأول: مدخل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال	4- تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال 5- تأثيرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال
الأسبوع 3	الفصل الثاني: التسويق الالكتروني	1- مفهوم التسويق الالكتروني 2- خصائص التسويق الالكتروني 3- مزايا التسويق الالكتروني
الأسبوع 4	الفصل الثاني: التسويق الالكتروني	4- مستويات التسويق الالكتروني 5- نموذج Arthur للتسويق الالكتروني 6- تحديات التسويق الالكتروني
الأسبوع 5	الفصل الثالث: المزيج التسويقي الالكتروني	1- الموقع الالكتروني 2- المنتج الالكتروني 3- المجتمعات الافتراضية
الأسبوع 6	الفصل الثالث: المزيج التسويقي الالكتروني	4- الأمن 5- الخصوصية 6- الشخصية 7- خدمة العملاء
الأسبوع 7	الفصل الثالث: المزيج التسويقي الالكتروني	8- التسعير الالكتروني 9- التوزيع الالكتروني 10- الترويج الالكتروني
الأسبوع 8	الفصل الرابع: طبيعة	1- العمل المصرفي الالكتروني

2- مفهوم التسويق المصرفي الإلكتروني 3- المزايا الأساسية للتسويق المصرفي الإلكتروني	التسويق المصرفي الإلكتروني	
4- محددات التسويق المصرفي الإلكتروني 5- الركائز الأساسية للتسويق المصرفي الإلكتروني	الفصل الرابع: طبيعة التسويق المصرفي الإلكتروني	الأسبوع 9
1- مفهوم التسويق المصرفي الإلكتروني 2- الخدمات المصرفية الإلكترونية 3- الدفع الإلكتروني	الفصل الخامس: المزيج التسويقي المصرفي الإلكتروني	الأسبوع 10
4- التسعير المصرفي الإلكتروني 5- التوزيع المصرفي الإلكتروني 6- الترويج المصرفي الإلكتروني	الفصل الخامس: المزيج التسويقي المصرفي الإلكتروني	الأسبوع 11
7- البيئة المادية الإلكترونية 8- الناس 9- عمليات الخدمة المصرفية الإلكترونية	الفصل الخامس: المزيج التسويقي المصرفي الإلكتروني	الأسبوع 12
1- النموذج العام لسلوك المستهلك الإلكتروني 2- التسويق الإلكتروني واحد لواحد	الفصل السادس: سلوك عملاء المصارف الإلكترونية وتقييم جودة الموقع الإلكتروني	الأسبوع 13
3- المحددات السلوكية للعميل المصرفي عبر الإنترنت 4- جودة الموقع الإلكتروني	الفصل السادس: سلوك عملاء المصارف الإلكترونية وتقييم جودة الموقع الإلكتروني	الأسبوع 14

المراجع المستخدمة في المقياس:

- رائد محمد عبد ربه، (2011)، "التسويق الإلكتروني"، الأردن، الجنادرية للنشر والتوزيع.
- عصام نور الدين، (2010)، إدارة المعرفة والتكنولوجيا الحديثة، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- عبد المطلب عامر سامح و محمد سيد قنديل علاء، (2012) التسويق الإلكتروني، الأردن، دار الفكر.
- محمود جاسم الصميدعي و يوسف ردينة عثمان، (2012)، التسويق الإلكتروني، الأردن، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة .
- يوسف كافي ، (2017)، التسويق المصرفي، قسنطينة، ألفا للوثائق نشر استيراد وتوزيع الكتب.
- kotler , p. (2006). marketing management, Paris: Ed Pearson education. -

-michel, b., & et autres. (2003). marketing de la banque- et d'assurance; Paris:
Ed Dunod.

طريقة التقييم:

الفرض: 10 نقاط (فرضين)

العمل الشخصي: 8 نقاط (البحث مكتوب: 3ن/الإلقاء: 3ن/الملخص: 2ن)

المشاركة: 2 نقاط