**كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية**

**فريق ميدان التكوين**

**الشعبة**:علوم تجارية  **التخصص:** تسويق مصرفي

**الأستاذ: قطاف فيروز المقياس: رقابة التسويق المصرفي**

**السنة : أولى ماستر تسويق مصرفي السداسي : الثاني**

|  |
| --- |
| **البرنامج السداسي التفصيلي للمقياس** |
| **الأسابيع**  | **محاور البرنامج** **(الفصول)** | **المحاور الفرعية للبرنامج** **(عناصر المحاضرة)** |
| من الأسبوع 01 إلى الأسبوع 03 | **مدخل للتسويق المصرفي** | 1. **ماهية التسويق (مفهوم التسويق، تطور التسوق، اتساع مفهوم التسويق ليشمل المؤسسات غير الربحية، المزيج التسويقي الحديث)**
2. **مفهوم التسويق المصرفي**
3. **مراحل تطور التسويق المصرفي**
4. **عناصر المزيج التسويقي المصرفي**
 |
| من الأسبوع 03 إلى الأسبوع05  | **إدارة النشاط التسويقي في المصارف** | 1. **تخطيط النشاط التسويقي المصرفي( التحليل الموقفي، الأهداف التسويقية)**
2. **الاستراتيجيات التسويقية**
3. **مستويات التخطيط في المصارف**
4. **مشاكل تخطيط التسويق المصرفي**
5. **تنظيم النشاط التسويقي المصرفي**
6. **الرقابة على النشاط التسويقي**
 |
| من الأسبوع 05 إلى الأسبوع 07 | **الرقابة على الأداء التسويقي في المصارف** | 1. **تعريف الرقابة التسويقية في المصارف**
2. **أهمية الرقابة التسويقية**
3. **مراحل الرقابة على النشاط التسويقي المصرفي**
4. **أنواع الرقابة التسويقية**
 |
| من الأسبوع 07 إلى الأسبوع 10 | **أنواع الرقابة التسويقية وأدواتها** | 1. **الرقابة على الخطة السنوية(تحليل المبيعات، رقابة نصيب السوق، تحليل نسبة الإنفاق إلى المبيعات، متابعة اتجاهات المستهلكين، التحليل المالي)**
2. **الرقابة على الكفاءة**
3. **الرقابة على الربحية**
4. **الرقابة الاستراتيجية**
 |
| من الأسبوع 10 إلى الأسبوع 12 | **الرقابة الاستراتيجية****(الجزء الأول)** | 1. **أدوات الرقابة الاستراتيجية حسب كوتلر**
2. **تعريف المراجعة التسويقية**
3. **أهداف المراجعة التسويقية**
4. **أهمية المراجعة التسويقية**
5. **خصائص المراجعة التسويقية**
 |
| من الأسبوع 12 إلى الأسبوع 14 | **الرقابة الاستراتيجية****(الجزء الثاني)** | 1. **مراحل المراجعة التسويقية**
2. **أساليب المراجعة التسويقية**
3. **مجالات المراجعة التسويقية**
 |

**المراجع المعتمدة في المقياس:**

1- محمود جاسم الصميدعي، **استراتيجيات التسويق**، مدخل كمي وتحليلي، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان،2010 .

2- توفيق محمد عبد المحسن، **التسويق وتحديات التجارة الإلكترونية**، دار الفكر العربي، مصر، 2004.

3- فيليب كوتلر، **كوتلر يتحدث عن التسويق**، ترجمة: فيصل عبد الله بابكر، مكتبة جرير.

**أسلوب التقييم في المقياس:**

- فرضين (8ن).

- مشاركة (2ن).

- عمل شخصي (10ن)، (بحث:6ن/ملخص:2ن/بطاقات قراءة:2ن).