**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).