



الملتقى الوطني الأول

حول

الاتجاهات الحديثة

للتسويق المصرفي

نماذج عالمية وممارسات محلية



الرئيس الشرفي: د. مختار مزرق (مدير الجامعة)

المشرف العام: د. سمير عز الدين (عميد الكلية)

رئيس(ة) الملتقى: د. سعادي الخنساء

رئيس(ة) اللجنة العلمية: أ.د. جيلالي عمير

رئيس(ة) اللجنة التنظيمية: د. عينوس رضوان

يوم 12 نوفمبر 2022

إشكالية الملتقى

يشهد العالم تغيرات اقتصادية واجتماعية وتكنولوجية وحتى ايكولوجية معقدة ومتعددة انعكست على اقتصاديات الدول، ومخالف متغيرات بيئية الأعمال وتعاملها، بما فيهم البنوك بخصائصها ونشاطاتها التي تميزها عن غيرها من المؤسسات؛ وذلك لما لها من دور أساسي في التمويل، خاصة في تلك الدول التي تعاني من عدم تطور الأسواق المالية، وعلى غراره ذلك فالدول المتقدمة تعني جيداً أن تتطورها الاقتصادي مر هون بنجاعة قطاعها البنكي لذلك سعت إلى تطويره وتكييفه مع مستجدات بيئه الأعمال من خلال إعطائها أهمية بالغة للصناعة البنكية باعتبارها صناعة عالية التقنية تتسم بالثقة والتعقيده، مما جعلها مجالاً خصباً للمنافسة الشيء الذي دفع بالإدارة التسوييقية لهذه البنوك إلى البحث عن التفوق وريادة السوق من خلال اعتماد الاتجاهات الحديثة للتسويق البنكي لدعم كيانها وبقائها واستمرارها وذلك بالإضافة الفعالة للعلاقة مع زبائنها المبنية على الثقة والإلتزام وجودة وتميز الخدمات التي تقدمها ... إلخ، وذلك بتبني الخطط والبرامج التسوييقية الموجهة لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للبنوك.

والجزائر أيضاً تسعى إلى تحقيق فزعة نوعية في هذه الصناعة وفقاً لرؤيتها الاستراتيجية المسطرة لغضون عام 2030، والتي تمحور حول تحقيق التنمية الاقتصادية خارج قطاع المحروقات بالتوافق بين مختلف الصناعات في إطار التنمية المستدامة؛ لكن ومنذ الاستقلال وبالرغم من الإصلاحات التي مرت القطاع البنكي، إلا أنه لا يزال يعاني من الركود وعدم الفعالية خاصة بعد المشاكل التي عصفت بالبنوك الخاصة نهاية القرن الماضي،

الأمر الذي أثر سلباً على القطاع بصفة عامة وعلى صورته لدى الزبائن الأفراد والمؤسسات بصفة خاصة، ولتحسين هذه الصورة وإعادة الثقة في هذا القطاع وتكييفه مع المتغيرات البيئية الخارجية في مختلف المجالات، على غرار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وغيرها...، لابد من تدعيمه بأفكار تسوييقية جديدة مبتكرة وخلقية وتجسيدها من قبل العاملين بالبنوك بطريقة إبداعية مستوحاة من الثقافة الجزائرية؛ اعتماداً على فهم ودراسة سلوك المستهلك الجزائري ومواقه واتجاهاته وتطوراته تجاه هذا القطاع

بناءً عماسياً نطرح السؤال التالي:

ما هي مختلف الممارسات التسوييقية في البنوك الجزائرية، وما مدى مواكبتها للتوجهات الحديثة للتسويق من جهة ولمختلف التطورات الحاصلة في البيئة التسوييقية من جهة أخرى؟

أهداف الملتقى

• تهيئة فضاء علمي للمناقشة وتبادل الآراء والأفكار لطلبة الدكتوراه خاصة تخصص تسوييق مصرفي.

• توسيع آفاق وأفكار فرقه البحث من خلال الاحتكاك مع المختصين الأكاديميين والخبراء في الميدان.

• توفير فرصة للمهتمين بالقطاع من أكاديميين وممارسين مهنيين لطرح أفكارهم وإبداعاتهم.

• تشخيص واقع التسويق في البنوك الجزائرية من خلال الوقوف على نقاط القوة والضعف في بيئتها الداخلية.

• محاولة دفع البنوك الجزائرية لإعادة النظر في طريقة فهمها وتطبيقها للتسويق لتحقيق الأهداف المرجوة منه بدءاً بتحديد قطاعاتها السوقية المستهدفة حتى يتم خدمتها بشكل فعال باعتبار خصوصية المجتمع الجزائري.

• محاولة الوصول لتغيير صورة البنوك لدى الجمهور الجزائري عامة وتعزيز ثقته فيها بإضفاء الطابع الإنساني في التعاملات بين أفراد البنوك والزبائن، من خلال طريقة تقديم الخدمة، الاستقبال، التعامل... إلخ.

• محاولة جعل الزيارات الجزائرية يوازن ذهنها بين الأخطار المتوقعة من التعامل مع البنك والأخطار المدركة من عدم التعامل معه بغية دفعه تلقائياً للتعامل مع البنوك.

محاور الملتقى

المحور الأول: خصوصية البيئة التنظيمية للبنوك وفعالية الأسواق المالية وتأثير المتغيرات الاقتصادية على التسويق المصري..

المحور الثاني: تحليل البيئة الإلكترونية للبنوك وتأثير الانترنت والذكاء الاصطناعي على التسويق المصري.

المحور الثالث: المشاكل البيئية المتفاقمة ورؤية التنمية المستدامة وأثره على التسويق المصرفي.

شروط الملتقى

أن تنتهي المداخلة إلى أحد محاور الملتقى، وأن تستوفي الشروط العلمية المتعارف عليها؛
أن يكون الملتقى أصلياً، لم يسبق نشره؛
يقدم الملخص باللغة العربية، ولغة أخرى على أن لا يتجاوز 12 سطر، مع 05 كلمات مفتاحية كحد أقصى.
تقبل المدخلات الفردية أو الثانية فقط.
مشاركة طلبة الدكتوراه تكون بمعية الأستاذة المشرفين.
تكتب المدخلات بخط Simplified arabic حجم 14 بالنسبة للمدخلات باللغة العربية وبخط Time New Roman حجم 12 بالنسبة للمدخلات باللغة الأجنبية؛
النهشيش يكون بطريقة علم النفس الأمريكية APA؛
ألا يقل عدد صفحات المداخلة عن 15 صفحة وأن لا يتجاوز 20 صفحة.
أحسن المدخلات سوف يتم نشرها في مجلة القسطاس ASJP ومسطرة إجرائية خاصة بالملتقى.

آخر أجل لإرسال المدخلات كاملة: 11 سبتمبر 2022

تاريخ اشعار قبول المداخلة: 26 سبتمبر 2022

تاريخ انعقاد الملتقى: 12 نوفمبر 2022

ترسل المدخلات الى البريد الالكتروني: mbarp019prfu@gmail.com

بطاقة المشاركة في ملتقى الاتجاهات الحديثة للتسويق المصرفي نماذج عالمية وممارسات محلية: يمكن تحميلها على الرابط التالي:

<https://bit.ly/3MP7bXc>

اللجنة العلمية للملتقى

الاسم واللقب	الصفة	المؤسسة
جيلاي عمير	رئيس	جامعة الجزائر 03
يحة عيسى	عضو	جامعة الجزائر 03
أوكيل محمد السعيد	عضو	جامعة الجزائر 03
سواكري مباركة	عضو	جامعة الجزائر 03
قصاب سعدية	عضو	جامعة الجزائر 03
صدقي مليكة	عضو	جامعة الجزائر 03
غول فرات	عضو	جامعة الجزائر 03
بلحيم إبراهيم	عضو	المركز الجامعي تبازة
عائزور مقلاتي	عضو	جامعة برج بوعريريج
عزوز عائشة	عضو	جامعة الجزائر 03
بشطولة خديجة	عضو	جامعة الجزائر 03
بوسلامي صليحة	عضو	جامعة الجزائر 03
شعاعي عبد المجيد	عضو	جامعة بومرداس
عدمان مرiziق	عضو	المدرسة العليا للتجارة
عيواج مختار	عضو	جامعة الجزائر 03
بن حو خديجة	عضو	جامعة وهران 02
بوزبدي سعيدة	عضو	جامعة الجزائر 03
ساسى حسيبة	عضو	جامعة الجزائر 03
بريش فائزية	عضو	جامعة الجزائر 03
بن شككين تاج الدين	عضو	جامعة وهران 02
عامر لمياء	عضو	جامعة معaskر
لسود راضية	عضو	جامعة الجزائر 03
شطاطي حنان	عضو	جامعة الجزائر 03
سلمامي نورة	عضو	جامعة الجزائر 03
ابن بنتي خديجة	عضو	جامعة الجزائر 03
بوعلام بلقاسم	عضو	جامعة الجزائر 03
حداد سفان	عضو	جامعة الجزائر 03
بو هدة محمد	عضو	جامعة تيارات
الباز كلثوم	عضو	جامعة البوريرة
بليل حسيبة	عضو	جامعة الجزائر 03
فندوز بلال	عضو	جامعة الجزائر 03
أم حكم ح نسمة	عضو	جامعة الجزائر 03
كري مانى هدى	عضو	جامعة الجزائر 03
باخثير سميرة	عضو	جامعة الجزائر 03
أبنت أوقيس فتحة	عضو	جامعة الجزائر 03

المحور الرابع: المتغيرات الاجتماعية وتباين الأدوار بين الأفراد في المجتمع وأثره على التسويق المصرفى.

المحور الخامس: الأولوية بين القيم الأخلاقية والاقتصادية وتأثير الجوانب الروحية في التسويق المصرفى.

المحور السادس: خصوصية الإدارة المصرفية وحماية أصحاب المصالح وتأثيره على التسويق المصرفى.

المحور السابع: سلوك مستهلك الخدمات المصرفية وخصوصية قرار الشراء.

المحور الثمن: التوجهات المختلفة للمزاج التسويقي المصرفى بين الفكرة والتحليل.

المحور التاسع: التوجهات الحديثة للتسويق وإمكانية التطبيق في الجزائر.

المحور العاشر: نماذج عالمية رائدة في مجال التسويق المصرفى.

اللجنة التنظيمية للملتقى

الاسم واللقب	الصفة	المؤسسة
عينوس رضوان	رئيس	جامعة الجزائر 03
فيروم سهام	منسقة تنفيذية	جامعة الجزائر 03
بن زيان روميسة	عضو	جامعة الجزائر 03
عامر مصطفى	عضو	جامعة الجزائر 03
بن عمر علي	عضو	جامعة الجزائر 03
طارق زينب	عضو	جامعة الجزائر 03
يوسفى سميرة	عضو	جامعة الجزائر 03
بولعل ليندة	عضو	جامعة الجزائر 03
بن قيدة محمد	عضو	جامعة الجزائر 03
مرازقة محمد	عضو	جامعة الجزائر 03
جمبي زهير	عضو	جامعة الجزائر 03
نويشي أمينة	عضو	جامعة الجزائر 03
قرباجي عبد الله	عضو	جامعة الجزائر 03
جيبي عصام الدين	عضو	جامعة الجزائر 03
حواس ملود	عضو	جامعة الجزائر 03