



الإتجاهات الحديثة للتسويق المصرفي
R.T.I.B.M

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. عيونس رضوان

إشكالية الملتقى

يشهد العالم تغيرات اقتصادية واجتماعية وتكنولوجية وحتى ايكولوجية معقدة ومتعددة انعكست على اقتصاديات الدول، ومختلف متغيرات بيئة 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 غرار ذلك فالدول المتقدمة تعي جيدا أن تطورها الاقتصادي مرهون بنجاحة قطاعها البنكي لذلك سعت إلى تطويره وتكييفه مع مستجدات بيئة الأعمال من خلال إعطائها أهمية بالغة للصناعة البنكية باعتبارها صناعة عالية التقنية تتسم بالدقة والتعقيد؛ مما جعلها مجالا خصبًا للمناقشة الشيء الذي دفع بالإدارة التسويقية لهذه البنوك إلى البحث عن النقوى وريادة السوق من خلال اعتماد الاتجاهات الحديثة للتسويق البنكي لدعم كيانها وبقائها واستمرارها وذلك بالإدارة الفعالة للعلاقة مع زبائناتها المبنية على الثقة والالتزام وجودة وتميز الخدمات التي تقدمها... إلخ، وذلك بتبني الخطط والبرامج التسويقية الموجهة لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للبنوك.

والجزائر أيضا تسعى إلى تحقيق قفزة نوعية في هذه الصناعة وفقا لرؤيتها الاستراتيجية المسطرة لغضون عام 2030، والتي تتمحور حول تحقيق التنمية الاقتصادية خارج قطاع المحروقات بالتوازن بين مختلف الصناعات في إطار التنمية المستدامة؛ لكن ومنذ الاستقلال وبالرغم من الإصلاحات التي مست القطاع البنكي، إلا انه لا يزال يعاني من الركود وعدم الفعالية خاصة بعد المشاكل التي عصفت بالبنوك الخاصة نهاية القرن الماضي،

الأمر الذي أثر سلبا على القطاع بصفة عامة وعلى صورته لدى الزبائن الأفراد والمؤسسات بصفة خاصة، ولتحسين هذه الصورة و إعادة الثقة في هذا القطاع وتكييفه مع المتغيرات البيئية الخارجية في مختلف المجالات، على غرار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وغيرها...، لابد من تدعيمه بأفكار تسويقية جديدة مبتكرة وخلاقة وتجسيدها من قبل العاملين بالبنوك بطريقة إبداعية مستوحاة من الثقافة الجزائرية؛ اعتمادا على فهم ودراسة سلوك المستهلك الجزائري ومواقفه واتجاهاته وتطلعاته تجاه هذا القطاع

بناء عما سبق نطرح السؤال التالي:

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

أهداف الملتقى

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

• توسيع آفاق وأفكار فرقة 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 بدءا 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 الزبون الجزائري يوازن ذهنيا بين الأخطار المتوقعة من التعامل مع البنك والأخطار المدركة من عدم التعامل معه بغية دفعه لتفانيه للتعامل مع البنوك.

محاور الملتقى

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

المحور الثاني: تحليل البيئة الالكترونية للبنوك وتأثير الانترنت والذكاء الاصطناعي على التسويق المصرفي.

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

يوم 12 نوفمبر 2022

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

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

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

المحور السابع: سلوك مستهلك الخدمات المصرفية وخصوصية قرار الشراء.

المحور الثامن: التوجهات المختلفة للمزيج التسويقي المصرفي بين الفكرة والتحليل.

المحور التاسع: التوجهات الحديثة للتسويق وإمكانية التطبيق في الجزائر.

المحور العاشر: نماذج عالمية رائدة في مجال التسويق المصرفي.

اللجنة التنظيمية للملتقى

الاسم واللقب	الصفة	المؤسسة
عيلوس رضوان	رئيس	جامعة الجزائر 03
قيدوم سهام	منسقة تقنية	جامعة الجزائر 03
بن زيان روميصة	عضو	جامعة الجزائر 03
عامر مصطفى	عضو	جامعة الجزائر 03
بن معمر علي	عضو	جامعة الجزائر 03
طارق زينب	عضو	جامعة الجزائر 03
يوسفي سمية	عضو	جامعة الجزائر 03
بولعسل ليندة	عضو	جامعة الجزائر 03
بن قيدة محمد	عضو	جامعة الجزائر 03
مرا فة محمد	عضو	جامعة الجزائر 03
جميعي زهير	عضو	جامعة الجزائر 03
نويشي أمينة	عضو	جامعة الجزائر 03
قرباجي عبد الله	عضو	جامعة الجزائر 03
جميعي صلاح الدين	عضو	جامعة الجزائر 03
حواس مولود	عضو	جامعة الجزائر 03

اللجنة العلمية للملتقى

الاسم واللقب	الصفة	المؤسسة
جبلالي عمير	رئيس	جامعة الجزائر 03
يحة عيسى	عضو	جامعة الجزائر 03
أوكيل محند السعيد	عضو	جامعة الجزائر 03
سواكري مباركة	عضو	جامعة الجزائر 03
قصاب سعاد	عضو	جامعة الجزائر 03
صديقي مليكة	عضو	جامعة الجزائر 03
غول فرحات	عضو	جامعة الجزائر 03
بلحيمر إبراهيم	عضو	المركز الجامعي تيبازة
عاشور مقلاتي	عضو	جامعة برج بوعريريج
عزوز عائشة	عضو	جامعة الجزائر 03
بشطولة خديجة	عضو	جامعة الجزائر 03
يوسليماني صليحة	عضو	جامعة الجزائر 03
شعباني عبد المجيد	عضو	جامعة بومرداس
عدمان مريزق	عضو	المدرسة العليا للتجارة
عواج مختار	عضو	جامعة الجزائر 03
بن حدو خديجة	عضو	جامعة وهران 02
بوزيدي سعيدة	عضو	جامعة الجزائر 03
ساسى حسنية	عضو	جامعة الجزائر 03
بريش فايزة	عضو	جامعة الجزائر 03
بن شكيكن تاج الدين	عضو	جامعة وهران 02
عامر لمياء	عضو	جامعة معسكر
لسود راضية	عضو	جامعة الجزائر 03
شطيبي حنان	عضو	جامعة الجزائر 03
سليمان، نورة	عضو	جامعة الجزائر 03
ابزيتي خديجة	عضو	جامعة الجزائر 03
بوعلام بلقاسم	عضو	جامعة الجزائر 03
حداد سفيان	عضو	جامعة الجزائر 03
بوهدة محمد	عضو	جامعة تيارت
الباز كلثوم	عضو	جامعة البويرة
ليل حسنية	عضو	جامعة الجزائر 03
قندوز بلال	عضو	جامعة الجزائر 03
أمجكوح نسيمة	عضو	جامعة الجزائر 03
كبر ماني هدي	عضو	جامعة الجزائر 03
بلخيثر سميرة	عضو	جامعة الجزائر 03
أيت أوقاسي فتيحة	عضو	جامعة الجزائر 03

شروط الملتقى

أن تنتمي المداخلة إلى أحد محاور الملتقى، وأن تستوفي الشروط العلمية المتعارف عليها؛

أن يكون الملتقى أصليا، لم يسبق نشره؛

يقدم الملخص باللغة العربية، ولغة أخرى على أن لا يتجاوز 12 سطر، مع 05 كلمات مفتاحية كحد أقصى.

تقبل المداخلات الفردية أو الثنائية فقط.

مشاركة طلبة الدكتوراه تكون بمعية الأساتذة المشرفين.

تكتب المداخلات بخط Simplified arabic حجم 14 بالنسبة للمداخلات باللغة العربية وبخط Time New Roman حجم 12 بالنسبة للمداخلات باللغة الأجنبية؛

التهميش يكون بطريقة علم النفس الأمريكية APA؛

ألا يقل عدد صفحات المداخلة عن 15 صفحة وأن لا يتجاوز 20 صفحة.

أحسن المداخلات سوف يتم نشرها في مجلة القسطاس ASJP ومسطرة إجرائية خاصة بالملتقى.

آخر أجل لإرسال المداخلات كاملة: **11 سبتمبر 2022**

تاريخ اشعار قبول المداخلة: **26 سبتمبر 2022**

تاريخ انعقاد الملتقى: **12 نوفمبر 2022**

ترسل المداخلات 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>