



www.massira.jo

التسويق المصرفي

مدخل صناعة الخدمات المصرفية والمالية

الدكتور

علي فلاح الزعبي

استاذ إدارة الأعمال والتسويق المشارك

الأستاذ الدكتور

فؤاد الشيخ سالم

استاذ إدارة الأعمال والتسويق



رقم التصنيف : 332.178
المؤلف ومن هو في حكمه : فؤاد الشيخ سالم/ علي فلاح الزعبي
عنوان الكتاب : التسويق المصرفي (مدخل صناعة الخدمات المصرفية والمالية)
رقم الإيداع : 2019/7/3579
الواصفات : البنوك/التسويق المصرفي/صناعة الخدمات
بيانات النشر : عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

حقوق الطبع محفوظة للنشر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لدار المسيرة للنشر والتوزيع عمان- الأردن
ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو جزءاً أو تسجيله على اشرطة
كاسيت أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على إسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً

Copyright © All rights reserved

No part of this publication may be translated,
reproduced, distributed in any form or by any means, or stored in a data base
or retrieval system , without the prior written permission of the publisher

الطبعة الأولى 2020م - 1441هـ



عنوان الدار

الرئيسي : عمان - العبدلي - مقابل البنك العربي هاتف : 962 6 5627049 فاكس : 962 6 5627059
الفرع : عمان - ساحة المسجد الحسيني - سوق البتراء هاتف : 962 6 4640950 فاكس : 962 6 4617640
صندوق بريد 7218 عمان - 11118 الأردن

E-mail: Info@massira.jo . Website: www.massira.jo

التصميم والخراج : دائرة الانتاج

www.massira.jo

التسويق المصرفي

مدخل صناعة الخدمات المصرفية والمالية

الدكتور

علي فلاح الزعبي

أستاذ إدارة الأعمال والتسويق المشارك

الأستاذ الدكتور

فؤاد الشيخ سالم

أستاذ إدارة الأعمال والتسويق



ملخص المحتويات

15	المقدمة
21	الفصل الأول: مدخل الى التسويق المصرفي
69	الفصل الثاني: مقدمة في إدارة البنوك
87	الفصل الثالث: السوق المصرفي وسلوك العميل
117	الفصل الرابع: استراتيجيات التسويق المصرفي
143	الفصل الخامس: المنتج الخدماتي المصرفي
191	الفصل السادس: تسعير الخدمات المصرفية
217	الفصل السابع: توزيع الخدمات المصرفية
267	الفصل الثامن: ترويج الخدمات المصرفية
317	الفصل التاسع: التسويق المصرفي الالكتروني
363	الفصل العاشر: إدارة البنوك المحمولة
387	الفصل الحادي عشر: الرقابة على النشاط التسويقي المصرفي
413	قائمة الملاحق
435	قائمة المصادر والمراجع

الفهرس

15.....المقدمة

الفصل الأول

مدخل الى التسويق المصرفي

23.....تمهيد

25..... مفهوم التسويق المصرفي

27..... ابعاد ومضامين مفاهيم التسويق المصرفي

28..... مراحل تطور التسويق المصرفي

30..... اهمية التسويق المصرفي

31..... اهداف التسويق المصرفي

32..... خصائص التسويق المصرفي

34..... علاقة التسويق المصرفي بالوظائف الاخرى في البنك

35..... ادارة التسويق المصرفي

39..... العوامل التي أدت إلى ظهور مفهوم التسويق الحديث في المصارف

41..... أسباب انتشار المفهوم التسويقي الحديث في البنوك

42..... مراحل تطور المفهوم التسويقي في صناعة المصارف

44..... وظائف التسويق المصرفي

46..... خدمات التسويق المصرفي

55..... العوامل التي تشجع على توسيع النشاط المصرفي عالمياً

58..... عناصر المزيج التسويقي المصرفي

59	سياسات تسويق الخدمة المصرفية
66	تحديات التسويق المصرفي
67	خاتمة الفصل الأول

الفصل الثاني

مقدمة في إدارة البنوك

71	تمهيد
71	تعريف المصرف ومجالاته الخدمية
73	تطور ونشأة البنوك
74	الأنشطة المصرفية
76	وظائف مؤسسات الوساطة المالية
76	وظائف البنوك
77	المبادئ الحاكمة لأعمال البنوك
77	أنواع البنوك
80	وظائف إدارة البنك
81	مصادر وموارد البنك
81	أنواع مخاطر وسائل الدفع الالكترونية
82	الجهاز المصرفي الاردني
83	الخطة المصرفية للبنك
86	التحديات التي تواجه البنوك
86	خاتمة الفصل الثاني

الفصل الثالث

السوق المصرفي وسلوك العميل

89	تمهيد
----	-------------

90	المبحث الأول: دراسة سلوك الزبون المصرفي
102	المبحث الثاني: دراسة السوق المصرفي
106	المبحث الثالث: تجزئة السوق المصرفي
108	المبحث الرابع: أسس التعامل مع العملاء
113	المبحث الخامس: أسباب التصادم مع العميل
114	المبحث السادس: العلاقة بين المصرف والعميل
116	خاتمة الفصل الثالث

الفصل الرابع

استراتيجيات التسويق المصرفي

119	تمهيد
119	تخطيط التسويق المصرفي
123	انواع استراتيجيات التسويق المصرفي
131	أساليب تنفيذ الاستراتيجية التسويقية للبنك
133	مراحل الاستراتيجية التسويقية للبنك
133	عوامل اختيار الاستراتيجية التسويقية للبنك
134	الاستراتيجية التسويقية للبنوك الإسلامية
136	المزيج التسويقي المصرفي في البنوك الإسلامية
141	خاتمة الفصل الرابع

الفصل الخامس

المنتج الخدماتي المصرفي

145	تمهيد
146	المبحث الأول: الخدمة المصرفية
150	المبحث الثاني: الخصائص المميزة للخدمات المصرفية

160	المبحث الثالث: مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية
169	المبحث الرابع: جودة الخدمات المصرفية
179	المبحث الخامس: سياسات تطوير الخدمات المصرفية الجديدة
190	خاتمة الفصل الخامس

الفصل السادس

تسعير الخدمات المصرفية

193	تمهيد
194	مفهوم السعر الخدمي
194	تعريف السعر الخدمي
195	اهداف التسعير وتحديد السعر
196	استراتيجيات تسعير الخدمات المصرفية
198	استراتيجيات اسعار الخدمة المصرفية
201	العوامل المؤثرة على قرارات التسعير للخدمات المصرفية
205	العوامل المؤثرة على اختيار قرارات التسعير المصرفي
206	تخطيط التسعير وطرق تحديدها
208	الاستراتيجيات التسعيرية للخدمات المصرفية
210	اسعار الفائدة والعمولة
214	خاتمة الفصل السادس

الفصل السابع

توزيع الخدمات المصرفية

219	تمهيد
223	المبحث الأول: توزيع الخدمة المصرفية/ عام
225	المبحث الثاني: قنوات توزيع الخدمة المصرفية

240	المبحث الثالث: فروع المصرف
253	المبحث الرابع: التكنولوجيا المصرفية
258	المبحث الخامس: استراتيجيات التوزيع
265	خاتمة الفصل السابع

الفصل الثامن

ترويج الخدمات المصرفية

269	تمهيد
275	المبحث الأول: ترويج الخدمة المصرفية/ عام
279	المبحث الثاني: مزيج (اساليب) الترويج المصرفي
283	المبحث الثالث: الإعلان الخدمي المصرفي
291	المبحث الرابع: ترويج المبيعات
294	المبحث الخامس: الشهرة الإعلانية (الحملة الدعائية "الدعاية" او النشر التجاري).
295	المبحث السادس: البيع الشخصي
300	المبحث السابع: العلاقات العامة
306	المبحث الثامن: استراتيجيات الترويج المصرفي
315	خاتمة الفصل الثامن

الفصل التاسع

التسويق المصرفي الإلكتروني

319	تمهيد
321	استراتيجية التسويق الإلكتروني
322	مزايا التسويق المصرفي الإلكتروني
323	مفهوم البنوك الالكترونية
324	ادارة تمايز الخدمة المصرفية

326	العمليات المصرفية الالكترونية
329	اشكال التوقيع الالكتروني
329	محددات التسويق المصرفي الالكتروني
330	البنوك الالكترونية
344	الصيرفة الالكترونية
353	مزايا استخدام النقود الالكترونية
354	مخاطر استخدام النقود الالكترونية
356	مستلزمات البنوك الالكترونية
362	خاتمة الفصل التاسع

الفصل العاشر

إدارة البنوك المحمولة

365	تمهيد
366	مفهوم الاقتصاد الرقمي وتأثيراته على العمل المصرفي
371	مفهوم وفلسفة البنوك المحمولة
371	التطور التاريخي للبنوك المحمولة
373	خدمات البنوك المحمولة ومحدداتها
374	مقومات ودعائم التحول إلى البنك المحمول
379	عرض تجارب الريادة لبعض البنوك المحمولة
382	إيجابيات وتحديات البنك المحمول
386	خاتمة الفصل العاشر

الفصل الحادي عشر

الرقابة على النشاط التسويقي المصرفي

389	تمهيد
-----	-------

الفهرس

390	مفهوم الرقابة التسويقية
390	تعريف الرقابة التسويقية
392	خصائص الرقابة التسويقية في البنوك
392	أهمية الرقابة التسويقية
392	أهداف الرقابة التسويقية
393	أنواع الرقابة على نشاط التسويق بالبنك
398	مراحل الرقابة على نشاط التسويق المصرفي
405	طرق مراقبه نشاط التسويق المصرفي
411	خاتمة الفصل الحادي عشر
413	قائمة الملاحق
435	قائمة المصادر والمراجع