

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الجزائر 3

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

مشروع البحث التكويني الجامعي **PRFU الموسوم بالرقم: F01L01UN160320190001**

التسويق المصرفي في الجزائر: الواقع والآفاق

التقرير العام

حول ملتقى الاتجاهات الحديثة للتسويق المصرفي نماذج عالمية وممارسات محلية

برعاية مدير جامعة الجزائر3، الدكتور مزرق مختار، وتحت إشراف عميد الكلية الدكتور سمير عز الدين؛ نظمت فرقة بحث PRFU "التسويق المصرفي في الجزائر الواقع والآفاق" يوم 12 نوفمبر 2022 (عبر تقنية التحاضر عن بعد وحضوريا) الملتقى العلمي الوطني الأول حول: "الاتجاهات الحديثة للتسويق المصرفي نماذج عالمية وممارسات محلية" برئاسة الدكتورة الخنساء سعادي، بحضور ومشاركة أساتذة وباحثين من مؤسسات جامعية وطنية وخبراء في مجال البنوك السيد شبوط نور الدين خبير عن المصرف العربي للتنمية الاقتصادية في إفريقيا، والسيد رئيس لجنة التربية والتعليم العالي والبحث العلمي والشؤون الدينية والأوقاف للمجلس الشعبي الوطني السيد جغلل الصالح ومقرر نفس اللجنة السيد بوهناف يزيد. كما تم عرض الأوراق البحثية في ثلاث (03) جلسات علمية اثنتين منهما حضوريتين والثالثة افتراضية من خلال قاعة افتراضية. وقد تم إثراء المحاور المسطرة التالية:

محاور الملتقى:

- المحور الأول: خصوصية البيئة التنظيمية للبنوك وفعالية الأسواق المالية وتأثير المتغيرات الاقتصادية على التسويق المصرفي.
- المحور الثاني: تحليل البيئة الإلكترونية للبنوك وتأثير الانترنت والذكاء الاصطناعي على التسويق المصرفي.
- المحور الثالث: المشاكل البيئية المتفاقمة ورؤية التنمية المستدامة وأثره على التسويق المصرفي.
- 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.

أثمرت هذه التظاهرة العلمية عن مفاهيم جديدة بالمناقشة والإثراء، سواء أكانت متضمنة حلولاً قابلة للتجسيد على أرض الواقع، أو كانت متضمنة تساؤلات جديدة من شأنها أن تفتح آفاقاً للبحث في هذا الموضوع مستقبلاً، وفي كلتا الحالتين نكون قد وفقنا إلى حد بعيد في تقديم مساهمة علمية لها مكانتها في خدمة هذا المجال. وفي هذا الصدد؛ أضفى التقرير الصادر عن اجتماع مقررري الجلسات جملة من التوصيات، نوردتها فيما يلي:

توصيات الملتقى

أدناه توصيات الملتقى الذي عقد في كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 3، حول **الإتجاهات الحديثة للتسويق المصرفي - نماذج عالمية وممارسات محلية** - (12 نوفمبر 2022). نظم الملتقى فرقة البحث: PRFU الموسومة بـ **التسويق المصرفي في الجزائر الواقع والآفاق**، تحت إشراف كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير - جامعة الجزائر 3-، وشارك في الجلسة الافتتاحية التي كانت تحت رئاسة البروفسور عمير جيلالي، كل من:

- رئيسة الملتقى ورئيسة فرقة البحث الدكتورة سعادي الخنساء،
- ورئيس المجلس العلمي أ د كريمو دراجي،
- نائب العميد للدراسات العليا أ د عبد القادر رياض ممثلاً عن عميد الكلية،
- ضيف الشرف السيد رئيس لجنة التربية والتعليم العالي والبحث العلمي والشؤون الدينية والأوقاف بالمجلس الوطني الشعبي السيد: جغلول الصالح والذي ألقى كلمة قيمة بخصوص فحوى الملتقى وجهود الدولة الجزائرية من هيئة تشريعية وتنفيذية من أجل النهوض بالقطاع المصرفي في الجزائر؛
- الافتتاحية التي عقدت في قاعة المناقشات بمكتبة الكلية بدلي إبراهيم والتي نشطت من قبل الخبير الأستاذ شبوط ممثلاً عن المصرف العربي للتنمية الاقتصادية في إفريقيا،
- وبعد مباشرة مداخلة الدكتورة ساسي حسيبة جامعة الجزائر 3 بمعينة عامر لامية جامعة معسكر بعنوان : تجربة البنك المحمول في الجزائر حالة بنكسي، ليفتح باب النقاش الذي كان ثرياً وبناءاً أضفى قيمة نوعية على الملتقى، وبعدها توجه الحضور لاستراحة،

لتستأنف الجلسات متزامنة كما هو مقرر بين الحضورية وعبر الخط

ليقدم المتدخلون ما في جعبهم من أفكار ومعرفة ضمنية يصرح بها بغية اعتمادها واختتمت الجلسات بنقاش قوي وثرى بين المتدخلين ورؤساء الجلسات وهم على التوالي: اد سواكري مباركة، د ساسي حسيبة، د. ناصف حسان

وقد تم تسجيل غياب ثلاث متدخلين وبالتالي التحفظ على ثلاث مداخلات:

ط.د. دوفي مروة د.نوي نورالدين	Vers le E-banking sécurisé en Algérie
د. زواغي محمد	مساهمة التسويق البنكي في تعزيز القدرة التنافسية للبنوك التجارية
د. قريبي فارس	استراتيجية الادارة الالكترونية لعلاقات العملاء في بيئة الاقتصاد الرقمي

وقد صدرت عن الملتقى التوصيات التالية:

أولاً: الموجهة لهيئتي الملتقى العلمية والتنظيمية:

- مواصلة تنظيم الملتقى ولكن بصيغة دولية في المرة في القدمة دون تحديد التاريخ.
- السعي إلى توسيع دائرة الهيئات ذات العلاقة بالموضوع واشراكهم في الطبعة القادمة
- نشر كل مداخلات الملتقى في الشبكة [الإنترنت].
- طبع 10 أحسن مداخلات في مجلة القسطاس المدرجة في منصة ASJP

ثانياً: موجهة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي:

- تتمين القيمة الاقتصادية والاجتماعية لدور للجامعة في إرساء اللبانات الأكاديمية للاتجاهات الحديثة للتسويق المصرفي ومحاولة تجسيدها في الواقع؛
- تعزيز برامج البحث والتطوير فيما يتعلق بالاستثمارات في البنوك المحمولة بشكل خاص؛

ثالثاً: الموجهة للدولة

- إعطاء أهمية بالغة للقطاع المصرفي بصفة عامة والصيرفة الالكترونية بصفة خاصة كأحد التوجهات الحديثة للتسويق المصرفي كالبانوك المحمولة، التطبيقات الالكترونية، من خلال تحديث البنية التحتية بما يتوافق واحتياجات الصناعة المصرفية الالكترونية لضمان سرعة وكفاءة تدفق الأنترنيت من أجل ضمان جودة الخدمات المصرفية.
- استحداث ما هو مطلوب، وصيانة ما هو موجود من بنية تحتية ناعمة كأجهزة إلكترونية، حواسيب، برمجيات... وغيرها، بغية تحسين مخرجات القطاع المصرفي.
- تدعيم البنية التشريعية بترسانة من القوانين والمراسيم التي من شأنها ضبط وتنظيم الصيرفة الالكترونية؛ وضمان حقوق الأطراف المختلفة ذات الصلة بالقطاع المصرفي، لاضفاء نوع من الشفافية وزرع الثقة في الزبون من أجل تشجيعه للتعامل مع البنوك، كخطوة أولى لإرساء ثقافة مصرفية إلكترونية

- فتح قنوات الاتصال لتقريب وجهات النظر بين كل أصحاب المصالح المرتبطين بالبنوك

رابعاً : الموجهة للبنوك

- على البنوك الجزائرية ولوج عالم البنوك الالكترونية والمحمولة والتطبيقات الالكترونية وتهيئة المناخ المناسب لذلك خاصة من المورد البشري المؤهل،
- ضرورة الاستخدام والاستغلال الأمثل لما يتيح هذه البيئة من امتيازات لتحسين خدمات البنوك وتوطيد العلاقة مع المستهلكين وكل أصحاب المصالح.
- القيام بدراسات سوقية و- بحوث مستهلك- معمقة لفك شفرة الصناديق السوداء للمستهلكين الجزائريين لدفعهم للتعامل مع البنوك بكل سهولة وسلاسة بغية انشاء قيمة بنك - زبون وبالتالي بناء رأسمال علائقي.
- على البنوك ولوج عالم العلامات المشتركة للاستفادة من الامتيازات التي تحققها هذه الاستراتيجية.
- على البنوك انتهاج خطط واستراتيجيات تسويقية سليمة في المجتمعات الإلكترونية، والتنوع في بناء خطة تسويقية لكل نوع من الشبكات الاجتماعية.
- على البنوك مواكبة رؤية الدولة الجزائرية في تبني التنمية المستدامة من خلال إرساء ثقافة الصيرفة الخضراء لدى الجمهور العام.

رئيسة الملتقى: د سعادى الخنساء

المرفقات:

- 1-ديباجة الملتقى.
- 2- برنامج الملتقى.
- 3- صور عن بعض مجريات الملتقى



الإجتهاد الحديث 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)

رئيسة (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، 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 بنجاح 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 خصبا للمنافسة الشيء الذي دفع بالإدارة التسويقية لهذه البنوك إلى البحث عن التفوق وريادة السوق من خلال اعتماد الاتجاهات الحديثة للتسويق البنكي لدعم كيانها وبقائها واستمرارها وذلك بالإدارة الفعالة للعلاقة مع زبائنها 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 أنه 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 وإعادة 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

بناءا 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 تلقائيا 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

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
عينوس رضوان	رئيس	جامعة الجزائر 03
قيدوم سهام	منسقة تقنية	جامعة الجزائر 03
بن زيان روميسة	عضو	جامعة الجزائر 03
عامر مصطفى	عضو	جامعة الجزائر 03
بن معمور علي	عضو	جامعة الجزائر 03
طارق زينب	عضو	جامعة الجزائر 03
يوسف سميرة	عضو	جامعة الجزائر 03
بولعسل ليندة	عضو	جامعة الجزائر 03
بن قيدة محمد	عضو	جامعة الجزائر 03
مراقة محمد	عضو	جامعة الجزائر 03
جميعي زهير	عضو	جامعة الجزائر 03
نويشي أمينة	عضو	جامعة الجزائر 03
قرياجي 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
جيلالي عمير	رئيس	جامعة الجزائر 03
سواكري مباركة	عضو	جامعة الجزائر 03
عاشور مقلاتي	عضو	جامعة برج بوعريريج
عزوز عائشة	عضو	جامعة الجزائر 03
بشطولة خديجة	عضو	جامعة الجزائر 03
بوسليماني صليحة	عضو	جامعة الجزائر 03
عيواج مختار	عضو	جامعة الجزائر 03
بن حدو خديجة	عضو	جامعة وهران 02
بوزيدي سعيدة	عضو	جامعة الجزائر 03
ساسى حسبية	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
شطبي حنان	عضو	جامعة الجزائر 03
سليماني نورة	عضو	جامعة الجزائر 03
إيزيتي خديجة	عضو	جامعة الجزائر 03
بوعلام بلقاسم	عضو	جامعة الجزائر 03
حداد سفيان	عضو	جامعة الجزائر 03
الباز كلثوم	عضو	جامعة البويرة
قندوز بلال	عضو	جامعة الجزائر 03
أمجكوح نسيم	عضو	جامعة الجزائر 03
كيرماني 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>



جامعة الجزائر 3

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير



بالتنسيق مع

مشروع البحث التكويني الجامعي PRFU

التسويق المصرفي في الجزائر: الواقع والافاق



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

اضغط على الجلسة/ الورشة المراد اختيارها لدخول الغرفة

الخاصة بالملتقى الوطني بعنوان:

الاتجاهات الحديثة للتسويق المصرفي

نماذج عالمية وممارسات محلية

الجلسة الافتتاحية

الورشة الأولى

الورشة الثانية

الورشة الثالثة

الجلسة الختامية



جامعة الجزائر 3

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير



بالتنسيق مع

مشروع البحث التكويني الجامعي PRFU

التسويق المصرفي في الجزائر: الواقع والآفاق



الملتقى الوطني الحضورى - الافتراضى بعنوان:

الاتجاهات الحديثة للتسويق المصرفي نماذج عالمية وممارسات محلية

12 نوفمبر 2022

مدير جامعة الجزائر 3

عميد كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

الرئيس الشرفي: د. مزرق مختار

المشرف العام: د. عز الدين سمير

رئيسة فرقة البحث: د. الخنساء سعادي

رئيسة الملتقى: د. الخنساء سعادي

رئيس اللجنة العلمية: أ.د. عمير جيلالي

رئيس اللجنة التنظيمية: د. عينوس رضوان

برنامج الملتقى



الجلسة الافتتاحية	
رئيس الجلسة: أ. د عمير جيلالي	
الافتتاح: <ul style="list-style-type: none"> آيات بينات من الذكر الحكيم النشيد الوطني 	11:30-09:00
الكلمة الافتتاحية: <ul style="list-style-type: none"> كلمة السيدة رئيسة الملتقى كلمة السيد رئيس المجلس العلمي كلمة السيد عميد كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير كلمة السيد مدير الجامعة. كلمة السيد رئيس لجنة التربية والتعليم العالي والبحث العلمي والشؤون الدينية والأوقاف بالمجلس الشعبي الوطني 	
المداخلات الافتتاحية	
الخبير: موهوب أحمد بنك الإسكان	10:00-9:45
الخبير: نور الدين شبوط - المصرف العربي للتنمية الاقتصادية في إفريقيا BADEA	10:15-10:00
د. ساسي حسيبة - د. عامر لامية تجربة البنك المحمول في الجزائر - حالة BANXY	10:30-10:15
مناقشة	10:45- 10:30
استراحة شاي	

الورشة الأولى		
التوقيت: 12:30 - 14:30		
رئيسة الجلسة : أ. د سواكري مباركة		
عنوان المداخلة	اسم المتدخل	التوقيت
تحديات تسويق الخدمات البنكية ذات العلامة التجارية المشتركة في القطاع البنكي الجزائري "عرض تجارب لبنوك جزائرية"	ط.د/طارق زينب د. سعادي الخنساء	12:40-12:30
Vers le E-banking sécurisé en Algérie	ط.د دوفي مروة د.نوي نورالدين	12:50-12:40

إهتمام البنوك المحلية بالتسويق المصرفي دراسة حالة بنك التنمية المحلية وكالة حاسي مسعود	د. سارة بن الشيخ د. العمري جميلة	13:00-12:50
مداخل التوجهات الحديثة للتسويق المصرفي ومدى تطبيقها في المؤسسات الجزائرية	د. برش فائزة د. بوسليمان صليحة	13:10-13:00
خصوصية قرار شراء الخدمة المصرفية لدى المستهلك الجزائري	ط. د. قرياحي عبد الله أ. د. عمير جيلالي	13:20-13:10
إشكالية التمثيل البنكي في الخارج دراسة حالة HSBC	ط. د. مرازقة محمد	13:30-13:20
مساهمة التسويق البنكي في تعزيز القدرة التنافسية للبنوك التجارية	د. زواغي محمد	13:40-13:30
المناقشة		

الورشة الثانية		
الساعة: 14:30-12:30		
رئيسة الجلسة: ساسي حسبية		
عنوان المداخلة	التوقيت	
إشكالية تراجع التفاعل المباشر مع العنصر البشري في العلاقة بنك-زبون لصالح قنوات الاتصال الرقمية-دراسة حالة البنك الوطني الجزائري	ط. د. عامر مصطفى د. لسود راضية	12:40-12:30
أثر تحرير الخدمات المالية والمصرفية على حوكمة البنوك	ط. د. جميعي زهير	12:50-12:40
استراتيجية الإدارة الإلكترونية لعلاقات العملاء في بيئة الاقتصاد الرقمي	د. قريبي فارس	13:00-12:50
ثقافة المستهلك الجزائري وإشكالية التحول إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية دراسة حالة بريد الجزائر	ط. د. يوسف سومية د. سعادي الخنساء	13:10-13:00
الصيرفة الخضراء كأحد سبل تعظيم رضا الزبون -بنك الدوحة الأخضر نموذجاً-	أ. د. عزوز عائشة ط. د. بولعسل ليندة	13:20-13:10
les nouvelles tendances du marketing bancaire : vers la fin du système bancaire traditionnel	د. حداد سفيان أ. د. عمير جيلالي	13:30-13:20
سلوك المستهلك المصرفي وعلاقته بالرضا	ط. د. نويشي يمينة د. عيونس رضوان	13:40-13:30
دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق رضا الزبون -حالة بنك الخليج الجزائري وكالة الجلفة-	ط. د. بن قيدة محمد أ. د. بليل حسبية	13:50-13:40
المناقشة		13:50-14:00



الورشة الثالثة		
الساعة: 12:30-14:30		
رئيس الجلسة: د. ناصف حسان		
التوقيت	عنوان المداخلة	
12:40-12:30	د. بن معمر علي أ.د. عمير جيلالي	تأثير حماية حقوق أصحاب المصالح على التسويق المصرفي من منظور علاني
12:50-12:40	د. عزوز وافية د. نوازي خيرة	الابتكار كتوجه حديث للتسويق ودوره في تفعيل جودة الخدمة المصرفية دراسة عينة من البنوك الجزائرية
13:00-12:50	ط.د. شتي تالية د. رقيق محمد خليفة	القروض المتناهية الصغر كتوجه جديد للقضاء على الفقر (عرض تجربة بنك الفقراء)
13:10-13:00	ط.د. مويدي أمال د. ملاح ونام	المزيج التسويقي المصرفي الإلكتروني في ظل أزمة كورونا بنك الإسكان للتمويل والتجارة "الأردن"
13:20-13:10	د. بوقريفة رفيقة أ.د. زعباط سامي	أثر تكنولوجيا المعلومات على سلوك مستهلك الخدمات المصرفية (دراسة استطلاعية لأراء عينة من الزبائن)
13:30-13:20	ط.د. جميعي صلاح الدين د. إيزيتي خديجة	أثر المزيج التسويقي على التحالفات الاستراتيجية بين البنوك ومؤسسات التأمين كاتجاه حديث في التسويق المصرفي
13:40-13:30	ط.د. قيديم سهام د. سعادي الخنساء	إعداد الخطة التسويقية الرقمية وفق نموذج سوستاك - دراسة حالة بنك التنمية المحلية-
13:50-13:40		المناقشة

الجلسة الختامية
التوقيت: 15:00-14:30
قراءة التوصيات من قبل رئيسة الملتقى الوطني
كلمة السيد عميد كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
كلمة السيد مدير جامعة الجزائر 3، وإعلانه الرسمي عن اختتام فعاليات الملتقى الوطني
توزيع الشهادات