

السنة الجامعية: 2023 - 2024

المستوى: أولى ماستر

التخصص: تسويق الخدمات

المدة: ساعة ونصف



جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي -

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

يوم: 2024/05/15

الإجابة النموذجية لامتحان الدورة العادية في مقياس تسويق الخدمات المالية

النقاط	السؤال الأول	
0.25	خطأ -	
0.5	قسط التأمين هو المبلغ المالي المترتب على المؤمن له نظير تعويض المؤمن في حالة وقوع الخطر.	1
0.25	خطأ -	
0.5	البعد السمائي للخدمة المصرفية يبرز خصائص الخدمة المصرفية التي تحدّد جودتها.	2
0.25	خطأ -	
0.5	تقسيم السوق المالي هو تقسيم سوق المؤسسات المالية إلى مجموعات فرعية من متلقي الخدمات المالية أو الزبائن وفقا لأحد أو أكثر من المعايير القادرة على شرح الاختلافات في السلوك.	3
0.25	خطأ -	
0.5	يهتم نظام بحوث التسويق بتحديد وحل المشكلات التسويقية للمؤسسة المالية، وكذا البحث عن الفرص التسويقية وإيجاد الطرق المناسبة لاقتناسها، كما يهتم هذا النظام بالزبائن ومعرفة صورة المؤسسة المالية وسمعتها.	4
0.25	خطأ -	
0.5	عملية وضع قيمة نقدية أو عينية لخدمة مالية يمكن استخدامها لتلبية حاجة معينة، وتتضمن هذه القيمة غالباً تكاليف الإنتاج والتكاليف التسويقية مضافاً إليها هامش محدد من الربح	5
0.75	صحيح -	6
0.25	خطأ -	
0.5	تقوم المؤسسة الخدمية المالية من خلال استراتيجية التخصص الانتقائي بانتقاء بعض الأجزاء السوقية التي تتوافق مع إمكاناتها المادية والبشرية والتنظيمية، وكذا مع رسالتها والأهداف المراد تحقيقها، ومن ثمّ استهدافها بتوجيه أنشطة تسويقية فعّالة.	7
0.25	خطأ -	
0.5	عرّفت ج أ ت التأمين على أنه: تجميع الخسائر العارضة عن طريق نقل مثل هذه المخاطر إلى شركات التأمين، التي توافق على تعويض المؤمن عليهم عن هذه الخسائر، أو لتقديم مزايا مالية أخرى عند حدوثها، أو لتقديم خدمات مرتبطة بالمخاطر.	8
06	المجموع	

النقاط	السؤال الثاني
1	الدور: "مجموعة من الأنماط السلوكية المكتسبة من خلال الخبرة والاتصال، والتي تنجز من قبل الفرد في تفاعل اجتماعي محدد، وذلك من أجل تعظيم فاعلية تحقيق الهدف". إعادة التأمين: "هي معاملة تنتازل فيها شركة التأمين (شركة التأمين الرئيسية أو شركة إعادة التأمين) عن كل أو جزء من خطر الخسارة لشركة تأمين أخرى (شركة إعادة التأمين) مقابل الموافقة على تعويض معاد التأمين عن الخسائر التي قد تحدث، يتلقى معيد التأمين أقساط من المعاد تأمينه" يقصد بالتموقع: «مكانة المؤسسة وما تعرضه في السوق، بحيث تكون متميزة وبشكل واضح في أذهان المستهلكين مقارنة بالمنافسين»
03	المجموع
النقاط	السؤال الثالث
2	مضامين خصائص السوق في مرحلة النمو من دورة حياة الخدمة المالية: - حجم التعامل مع الخدمة المالية: متنامي بسرعة - الأرباح: متنامية بسرعة - التدفقات النقدية: معتدلة - الزبائن: سوق كبيرة - المنافسون: متزايدون 01 مضامين عناصر الاستراتيجية التسويقية في مرحلة النمو من دورة حياة المنتج: - الاستراتيجية: التغلغل في السوق - الخدمة المالية: مطورة - الترويج: مكثف مع ابراز خصائص الخدمة - التوزيع: مكثف - الأسعار: أقل من مرحلة التقديم
2	02 مراحل عملية الترويج للخدمة المالية: - تحليل الأسواق المستهدفة وتحديد خصائص متلقي الخدمات - تحديد مكانة الترويج ضمن عناصر المزيج التسويقي - تحديد الأهداف المراد تحقيقها (التذكير، إثارة الانتباه... إلخ) - تحديد محتوى الرسالة الاتصالية (الأفكار، الحقائق... إلخ) - صياغة محتوى الرسالة الاتصالية بأسلوب مناسب لثقافة الجمهور المستهدف - تحديد الوسيلة الاتصالية (التلفاز، الجرائد، الأنترنت... إلخ) - نقل الرسالة الاتصالية عبر الوسيلة التي تم اختيارها - استقبال الجمهور للرسالة الاتصالية، ومن ثم تحليلها وتفسيرها - التغذية العكسية.
2	03 ويمكن التمييز بين نوعين من الدليل المادي هما: - الدليل المحيط: يعتبر جزءاً فعلياً يمتلك عند تلقي الخدمة، ولا تكون له قيمة إذا لم يكن مقترناً بالخدمة، كالبطاقات المغناطيسية والكتيبات الإرشادية والصور التوضيحية وغيرها. - الدليل الأساسي: يعكس العناصر المادية الداخلية والخارجية ولا يمكن للزبون امتلاكها.
06	المجموع

النقاط	السؤال الرابع	
2.5	أدوار الموظفين في المؤسسة المالية: - الدور الرئيسي: تنفيذ الخدمة بصورة فعلية من قبل مقدّمها (المقدّم الفعلي للخدمة). - الدور المسهل: تسهيل عملية تقديم الخدمة (كموظفي الاستقبال والارشاد). - الدور المساعد: تسهيل عملية التبادل بين مقدّم الخدمة ومتلقيها (كالوكالات المتعاقدة مع البنك). أنواع الجودة التي يحصل عليها الزبون: - الجودة الفنية المرتبطة بالخدمة ذاتها، كالحصول على قرض أو ايداع أموال في البنك أو تحويل العملة. - الجودة الوظيفية المرتبطة بالموظفين مقدّمي الخدمات، والاجراءات المتخذة من طرفهم وكذا التصرفات التي تصدر عنهم، وتحدّد الجودة الوظيفية من خلال: اتجاهات الموظفين، سلوك الموظفين، أهمية الموظفين الذين يتصلون بالزبائن، أهمية المظهر الشخصي للموظفين، المعرفة التي يتمتع بها الموظفون.	01
2.5	- أشكال الصيرفة الالكترونية: - البنوك الالكترونية: تتكون البنوك الالكترونية عادة من: برنامج كمبيوتر بنكي: ويعمل كخادم اتصالات يتلقى اتصالات من الزبائن ويتحقق من هويتهم ويستقبل بياناتهم ... ويولّد اتصالات رقمية. برنامج في كمبيوتر الزبون. - البطاقات البنكية الالكترونية: وتتميّز بالأمان والمرونة، وتكمن قوتها في قابليتها لتطوّر وقدرتها على تخزين البيانات ومعالجتها، والتعامل مع تطبيقات متعددة بشكل آمن. - الصراف الآلي الالكتروني: جهاز يعمل أوتوماتيكياً لخدمة الزبائن دون تدخل العنصر البشري ضمن برامج معدة سلفاً لإشباع الكثير من الحاجات المصرفية خلال جميع الفترات الزمنية على مدار اليوم والأسبوع والشهر والسنة، وذلك من خلال بطاقة الكترونية للصراف الآلي، حيث أنّ هذه البطاقة تحمل بيانات الزبون وتصدر عن المصرف أو أي جهة مالية أخرى. - المقاصة الالكترونية - التحويل المالي الالكتروني:- يتم من خلالها تحويل الأموال من حساب أو رصيد شخص إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى. ويتيح هذا النظام تحويل مبالغ مالية من حساب بنكي إلى آخر بسهولة وأمان. - النقود الالكترونية: عرّفتها المفوضية الأوروبية على أنها: « قيمة نقدية مخزنة بطريقة الكترونية على وسيلة الكترونية، كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، ومقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين من غير المؤسسة التي أصدرتها، ويتم وضعها في متناول المستخدمين لاستعمالها كبديل عن العملات النقدية والورقية، وذلك بهدف احداث تحويلات الكترونية لمدفوعات ذات قيمة محدّدة»	2
05		المجموع