



Université Abderrahmane MIRA de Bejaia
Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion
Département des sciences économiques
M1 EMF

Semestre 2

Module Marketing des services financiers et bancaires

Unité de l'enseignement : découverte

Nombre de crédits : 02

Coefficient : 02

Fiche de présentation du module

Prérequis

L'étudiant doit bénéficier de plusieurs acquisitions liées à la monnaie, aux banques et aux institutions financières, que ce soit dans l'aspect analytique, comptable ou quantitatif.

Ce sont toutes des acquisitions qui nous semblent utiles pour comprendre le contenu du Marketing des services financiers et bancaires considéré comme une matière complémentaire à la spécialisation mentionnée ci-dessus.

L'objectif global du matériel pédagogique

A travers ce cours, l'étudiant pourra acquérir des connaissances académiques sur les services de marketing dans le domaine des banques et des institutions financières.

Le marketing étant l'un des intérêts de ces institutions dans l'économie contemporaine, pour être capable de comprendre les besoins des clients, les satisfaire et réaliser leurs désirs d'une manière qui répond au double intérêts et du client et de l'institution.

Objectifs d'apprentissage (compétences à atteindre)

- L'étudiant acquerra des compétences dans le domaine du marketing des services financiers et bancaires, lui permettant de suivre l'évolution des institutions financières et bancaires ;
- Doter l'étudiant des compétences lui permettant de réaliser des études de marché dans le domaine des banques et du reste des institutions financières ;
- L'étudiant acquiert des connaissances qui l'aideront, dès l'obtention de son diplôme, à intégrer le marché du travail dans les banques et les institutions financières, notamment dans le domaine du Marketing.

Contenu de la matière

Introduction générale

Chapitre 1 : généralités sur le Marketing de base

Chapitre 2 : le marketing des services

Chapitre 3 : le marketing des services bancaires

Chapitre 4 : le marketing des services d'assurance

Chapitre 5 : Les services financiers électroniques

Conclusion générale

Programme des TDs

- Etudes de cas
- Des TAF

Modes d'évaluation

- Examen : 60% cours + 40% TD
- TD : assiduité (25%) + TAF (25%)+ présentation orale de l'étude de cas (25%) + Interrogation écrite (25%)