



**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 : généralités sur le Marketing de base

Chapitre 1 : Présentation du secteur des services

Chapitre 2 : La qualité de service et son impact sur le comportement du consommateur

Chapitre 3 : Marketing des services bancaires

Chapitre 4 : Marketing des services assurantiels

Chapitre 5 : Les services financiers électroniques

Conclusion générale

### **Programme des TDs**

- Traitement de QCM et/ou de QUIZ
- 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%)