|  |  |
| --- | --- |
| كلية الادارة والاقتصاد | College Name |
| ادارة اعمال | Department |
| **غيداء شاكر مصلح الزويني** | Full Name as written in Passport |
|  | e-mail |
|  **Professor**  |  **Assistant Professor** |  **Lecturer** |  **Assistant Lecturer**  | Career  |
|  PhD  |  Master  |  |
| دور المزيج التسويقي المصرفي في تحقيق الأهداف التسويقية دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي مصرف الرشيد | Thesis Title  |
| 2009 | Year |
| **تشير اغلب الدراسات المعاصرة إلى واقع تحديات العولمة والتطور التقني وضغوط النافسة الشديدة بعموم المنظمات والخدمية منها بشكل خاص في إطار نمو صناعة الخدمة المختلفة قد زادت من أهمية تبني هذه المنظمات لتقنيات متطورة للارتقاء بمستوى التطورات التقنية في البيئة المحيطة بها وان زيادة الاهتمام بإنتاج الخدمات والنمو المتسارع الذي يشهده هذا القطاع ولاسيما القطاع المالي (منذ بدايات القرن العشرين حتى يومنا هذا) مقارنة بالقطاع الصناعي ما جعلها بأمس الحاجة إلى استخدام تقنيات متطورة لمجابهة تلك التحديات والإحاطة ببيئة عملها (أنشطتها ،ومواردها،والخدمات التي تقدمها والمستفيدين من تلك الخدمات والتكاليف التي تتحملها)وتفحص اثر العلاقة تحققها التقنيات في تسويق خدمة مصرفية مميزة وحث المنظمات عموما والمصارف بشكل خاص إلى إعادة النظر فيما تعتمد عليه الآن من تقنيات في تسويقها لخدماتها المصرفية وتوجيه اهتمامها إلى النتائج الايجابية المترتبة على ما تمتلكه من أجهزة ومعدات تقنية حديثة واستخدامها في تسويق خدمات مصرفية متنوعة ومتمايزة مما يحقق لها خدمة اكبر قدر ممكن من الزبائن**  **الارتقاء بمستوى سمعة المصرف وتحسين صورته لدى الزبائن. وانطلاقا من أهمية الدراسة تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي (الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ) لتحديد قوة متغيرات الدراسة وأساليب الإحصاء الاستدلالي اللامعلمية كاختبارt&f))في انجاز الدراسة والذي** **تضمن الإجابة عن مجموعة من الأسئلة النظرية والتطبيقية وشملت الدراسة عدد من فروع مصرف الرشيد**  **ضمن محافظة بغداد وقد شكلت ما نسبته(30%)من مجموع الفروع التابعة للمصرف أما بيانات الدراسة فقد جمعت من (50)موظف من حاملي الشهادات والخبرة في ميدان العمل المصرفي والعاملين في هذه الفروع بالاعتماد على الإستبانة والتي تضمنت ما مقداره (30)فقرة أو متغير.**  |  Abstract  |