

تسويق خدمات

التأمين

واقع السوق الحالي وتحديات المستقبل



الدكتور
أحمد مجدل
أستاذ التسويق/جامعة طيبة
السعودية

الدكتور
جهاد بوعزوز
أستاذ التسويق/جامعة بومرداس
الجزائر

الأستاذ الدكتور
معراج هواري
أستاذ التسويق/جامعة غرداية
الجزائر



www.darkonoz.com

فهرس المحتويات

مقدمة ٩

الفصل الأول

مدخل عام للتسويق

- تمهيد: ١٣
١. عموميات حول التسويق: ١٤
٢. أهمية وأهداف التسويق: ٣٥
٣. إدارة التسويق: ٤٠

الفصل الثاني

تسويق الخدمات

١. مفهوم الخدمة: ٧١
٢. أسباب نمو الخدمات: ٧٤
٣. خصائص الخدمات: ٧٦
٤. مفهوم تسويق الخدمات: ٨٠
٥. إنتاج الخدمة: ٨٥
٦. الخدمات ومحدداتها: ٨٧

الفصل الثالث

مدخل إلى التأمين

- ٩٣ تمهيد:
- ٩٤ ١. تحديد طبيعة التأمين:
- ١٠٧ ٢. الأسس الفنية للتأمين وعلاقته بالاقتصاد*:

الفصل الرابع

قطاع التأمين في العالم

- ١٢٥ ١. نظرة حول الطلب والعرض في السوق العالمي للتأمين:
- ١٣١ ٢. نظرة حول توزيع الطلب العالمي للتأمين:
- ١٥٠ ٣. العرض العالمي للتأمين وإعادة التأمين:
- ١٦٥ ٤. نظرة حول قطاع التأمين في الدول العربية:

الفصل الخامس

تسويق خدمة التأمين

- ١٧١ ١. تسويق خدمة التأمين:
- ١٨٥ ٢. شروط إدخال التسويق في مؤسسات التأمين:

الفصل السادس

المزيج التسويقي الخاص بخدمات مؤسسات التأمين

- ١٩١ ١. الارتباط الوثيق بين عناصر المزيج التسويقي:
- ١٩٢ ٢. التناسق بين عناصر المزيج التسويقي:

٣. المرادودية مطلوبة في كل عنصر من عناصر المزيج التسويقي: ١٩٢
 ١. سياسة المنتج: ١٩٥
 ٢. سياسة تسعير منتجات - خدمات - التأمين: ٢٠٤
 ٣. سياسة التوزيع: ٢١١
 ٤. سياسة الاتصال في مؤسسات التأمين: ٢٢١
- قائمة المراجع ٢٣٥