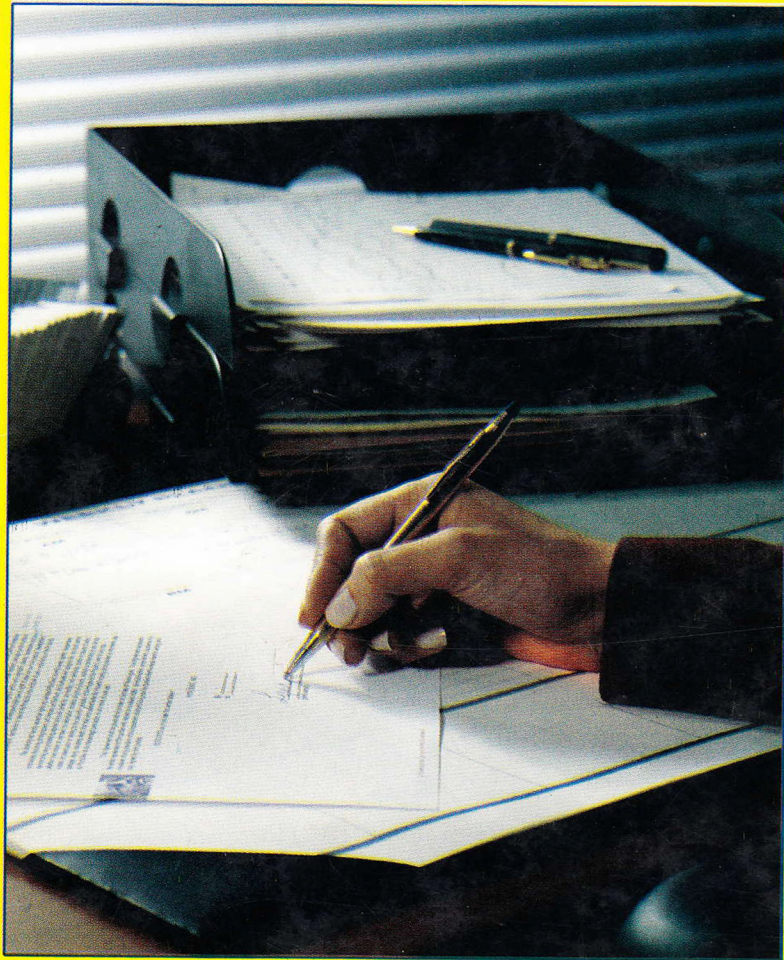


البنوك التجارية

والتسويق المصرفي



سامر جلدة

الفهرس

٣	الفهرس.
٩	المقدمة .
١٣	الفصل الأول/ ماهية البنوك التجارية
١٤	ماهية البنوك التجارية .
١٤	البنوك التجارية ودور الوساطة .
١٦	١- الاتصال المباشر .
١٦	٢- المتخصصون في التعامل مع الأوراق المالية .
١٧	٣- الوسطاء الماليون .
١٨	٤- البنوك التجارية .
١٩	السمات المميزة للبنوك التجارية
١٩	الربحية .
٢٠	السيولة .
٢٠	الأمان .
٣١	هدف البنك التجاري .
٣٣	مفهوم العائد .
٣٨	أهداف الأطراف الأخرى .
٣٩	تفاعل أهداف الأطراف المعنية .
٤١	الفصل الثاني/ نشاط وأنواع البنوك التجارية
٤٢	نشاط وأنواع البنوك التجارية
٤٢	إنشاء بنك جديد .
٤٤	نطاق نشاط البنك
٤٥	البنوك ذات الوحدة الواحدة.
٤٥	البنك ذو الفروع .
٥٠	الشركات القابضة .
٥١	الأشكال التنظيمية للشركات القابضة.
٥٢	تأثير الشركات القابضة على نشاط البنوك التابعة

٥٥	الانتقادات الموجهة للشركات القابضة
٥٧	أنواع البنوك
٥٧	أ- البنوك حسب فعاليتها
٥٨	ب- أنواع البنوك حسب شمولها
٥٩	ج- أنواع البنوك حسب صنفها
٥٩	د- أنواع البنوك حسب طبيعة أعمالها
٦١	الفصل الثالث / علاقة البنوك التجارية بالبنك المركزي
٦٢	علاقة البنوك التجارية بالبنك المركزي
٦٢	أهداف ووظائف البنك المركزي
٧٠	التحكم في القوة الاستثمارية للبنوك التجارية
٧١	خلق الودائع بواسطة البنك التجاري
٧٤	خلق الودائع بواسطة النظام المصرفي
٧٨	انكماش الودائع والقروض
٨٣	موقف البنك المركزي بشأن خلق وإفناء الودائع
٨٤	وسائل البنك المركزي في التحكم بقدرة البنوك التجارية
٨٨	النتائج المترتبة على عمليات السوق المفتوحة
٨٩	الفصل الرابع / إدارة السيولة المصرفية
٩٠	إدارة السيولة المصرفية
٩٠	مفهوم السيولة
٩١	مكونات السيولة
٩٢	نسب السيولة
٩٩	حساب نسبة السيولة
١٠٢	إدارة السيولة
١٠٤	السيولة لمقابلة سحب الودائع Deposit Liquidity
١٠٧	السيولة لأغراض تلبية القروض والسلفيات Liquidity for Loans
١٠٩	الفصل الخامس / الاستراتيجيات الأساسية لإدارة وجذب الودائع المصرفية
١١٠	الاستراتيجيات الأساسية لإدارة وجذب الودائع المصرفية
١١٠	مفهوم الوديعة
١١٠	أنواع الوديعة المصرفية

١١٢	العوامل المؤثرة في عدم استقرار الودائع
١١٤	دور الدولة في حماية الودائع
١١٤	خلق الودائع
١١٥	أولاً في حالة البنوك مجتمعة
١٢١	الجهات التي تساهم في خلق الودائع
١٢٢	الشروط اللازمة لعملية خلق الودائع
١٢٢	الاستراتيجيات الأساسية لجذب الودائع
١٢٢	أ- استراتيجية المنافسة السعرية
١٢٤	ب- استراتيجية المنافسة غير السعرية
١٢٧	الفائدة الضمنية
١٢٧	مجموع التكاليف
١٣١	الفصل السادس/ أساسيات منح القروض والائتمان
١٣٢	أساسيات منح القروض والائتمان
١٣٢	أسس منح القروض والائتمان
١٣٥	مخاطر الاقراض
١٤٠	معايير منح القروض والائتمان
١٤٥	تدرج القروض والائتمان
١٤٧	الفصل السابع/ بعض الاتجاهات الحديثة في مجال الخدمة المصرفية
١٤٨	بعض الاتجاهات الحديثة في مجال الخدمة المصرفية
١٤٩	أولاً التنوع في الأنشطة والخدمات المصرفية
١٥٠	المملكة المتحدة
١٥١	ثانياً التوسع الكبير في استخدام تكنولوجيا الخدمات المصرفية
١٥٢	ثالثاً النمو عن طريق الاندماج
١٥٤	رابعاً التدويل
١٥٦	خامساً التطوير التنظيمي والإداري
١٥٧	الاستشاريون والخبراء في البنوك
١٦١	الفصل الثامن/ التحليل المالي...إطار عام
١٦٢	التحليل المالي إطار عام
١٦٢	أهمية التحليل المالي

١٦٣	أدوات التحليل المالي
١٦٣	أولاً تحليل التوائم المالية المتمثلة في الميزانية العمومية، وبيان الأرباح والخسائر . . .
١٦٣	أ- تحليل الميزانية العمومية
١٦٧	ب- تحليل بيان الأرباح والخسائر.
١٦٩	ثانياً النسب المالية.
١٧٠	أ- النسب والمعدلات القانونية.
١٧١	ب- نسب السيولة
١٧٢	ج- كفاية رأس المال
١٧٥	د- درجة النشاط
١٧٥	هـ- نسبة الربحية.
١٧٦	حدود استخدام النسب المالية
١٧٧	الفصل التاسع/ الرقابة على الأداء العام للبنك
١٧٨	الرقابة على الأداء العام للبنك
١٧٨	أولاً الرقابة على الأداء العام للبنك.
١٧٨	أ- التعريف
١٧٨	ب- صعوبة القيام بالرقابة على الأداء العام للبنك
١٨١	ج- الرقابة كنظام فرعي للبنك.
١٨٢	ثانياً مراحل الرقابة على الأداء البنكي
١٨٣	ثالثاً مجالات الرقابة على الأداء العام للبنك
١٨٥	رابعاً أنواع الرقابة على الأداء العام للبنك.
١٨٦	خامساً كيفية تحقيق الرقابة الفعالة على الأداء العام للبنك
١٨٩	الفصل العاشر/التسويق المصرفي والخدمات المصرفية.
١٩٠	التسويق المصرفي والخدمات المصرفية
١٩٠	التسويق المفهوم The Marketing Concept
١٩٢	التسويق المصرفي.. المفهوم
١٩٣	مدخل المنتجات ...إطار عام
١٩٤	التخطيط للمنتجات والخدمات المصرفية.
١٩٨	صورة المنتج ((Product Image
١٩٩	المنتجات والخدمات المصرفية.. الجودة والتميز

٢٠١	الجودة والتميز... البوابات المؤدية اليها
٢٠١	الأداء المصرفي وكيفية تأثيره بالجودة والتميز
٢٠٥	الفصل الحادي عشر/ شركات التأمين والبنوك الاسلامية
٢٠٦	شركات التأمين والبنوك الاسلامية
٢٠٦	أولاً شركات التأمين
٢٠٦	فلسفة التأمين.
٢٠٧	وظائف التأمين
٢٠٨	المبادئ الأساسية التي تحكم التأمين.
٢١٠	العناصر الأساسية لعقد العملية التأمينية.
٢١١	الأنشطة الرئيسية في شركات التأمين
٢١٥	ثانياً البنوك الإسلامية
٢١٥	فلسفة البنوك الاسلامية.
٢١٥	أساسيات العمل المصرفي الاسلامي
٢١٧	موارد وعمليات البنوك الاسلامية
٢١٨	عمليات البنوك الاسلامية
٢١٩	بيع المربحة
٢٢٠	بيع المربحة للأمر بالشراء
٢٢٠	المضاربة
٢٢٢	التمويل بالمشاركة
٢٢٢	المشاركة المتناقصة
٢٢٢	أوجه التشابه والاختلاف بين البنوك التقليدية والبنوك الاسلامية
٢٢٢	١- ميزة العمل المصرفي الاسلامي
٢٢٣	٢- مقارنة البنك الاسلامي مع مختلف أنواع البنوك التقليدية
٢٢٤	٣- البنوك الاسلامية ومدى انطباق مفهوم البنوك الشاملة عليها
٢٢٤	ماهية البنوك الشاملة
٢٢٥	معايير الشمولية ومدى توفرها في البنك الاسلامي
٢٢٥	أ- المعيار النوعي.
٢٢٦	ب- المعيار الوظيفي.
٢٢٧	ج- المعيار الجغرافي.

٢٢٨	د- معايير أخرى
٢٢٨	مقارنة مصادر واستخدامات الأموال في البنوك الإسلامية والتقليدية
٢٢٨	١- مصادر الأموال في البنوك الإسلامية والتقليدية
٢٢٩	٢- استخدامات الأموال في البنوك الإسلامية التقليدية
٢٣١	الفصل الثاني عشر/ البنوك الالكترونية
٢٣٢	البنوك الالكترونية
٢٣٦	كيف يعمل البنك الالكتروني؟
٢٣٦	١- أوقات العمل
٢٣٦	٢- كيفية الاتصال بالبنك؟
٢٣٦	٣- العمليات المصرفية التي يقدمها البنك الالكتروني
٢٣٧	مزايا البنوك الالكترونية
٢٤٠	مخاطر البنوك الالكترونية
٢٤١	١- مخاطر التشغيل Operational Risk
٢٤٣	٢- مخاطر السمعة Reputational Risk
٢٤٤	٣- المخاطر القانونية Legal Risk
٢٤٤	٤- المخاطر الأخرى
٢٤٤	مبادئ إدارة المخاطر Risk Management
٢٤٥	إجراءات التأمين الإضافية الخاصة بإصدار وسائل دفع لنقود الكترونية
٢٤٨	الطبيعة القانونية للبنوك الالكترونية
٢٤٨	١- مدى سريان القواعد القانونية الخاصة بالبنوك التقليدية على البنوك الالكترونية
٢٤٩	٢- مدى خضوع البنوك الالكترونية لإشراف البنوك المركزية
٢٥٠	٣- مدى قانونية قيام البنوك الالكترونية بالعمليات المصرفية
٢٥١	٤- القواعد والأسس المحاسبية التي تنطبق على البنوك الالكترونية
٢٥٣	المصادر والمراجع