

Т.П. Николаева

**Банковский маркетинг:
российский и зарубежный опыт**

Учебное пособие

2-е издание, стереотипное

Москва
Издательство «ФЛИНТА»
2021

УДК 339.138
ББК 65.291.5
Н63

А в т о р :

Николаева Татьяна Петровна – канд. эконом. наук, доцент кафедры Финансов и цен
Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова

Николаева Т.П.

Н63 Банковский маркетинг: российский и зарубежный опыт [Электронный ресурс] :
учеб. пособие. — 2-е изд., стер. — М. : ФЛИНТА, 2021. — 187 с.

ISBN 978-5-9765-2792-8

Изучение курса «Банковский маркетинг» направлено на формирование у студентов знаний теоретических основ и практических навыков в области организации банковского маркетинга. Знания, полученные в процессе изучения курса, могут быть использованы при осуществлении банковской деятельности. Актуальность курса обусловлена обострением конкуренции на рынке банковских услуг. В этих условиях, используя инструменты маркетинга, банки могут успешно развиваться, достигая поставленных целей. Содержание курса соответствует федеральным государственным общеобразовательным стандартам высшего профессионального образования (ФГОС ВПО). Он включает информацию об использовании банками инструментов маркетинга в современных условиях, формирует у обучающихся необходимые общекультурные и профессиональные компетенции.

Учебное пособие предназначено для обучающихся в образовательных учреждениях высшего профессионального образования на территории Российской Федерации, имеющих государственную аккредитацию по направлению подготовки 080100 «Экономика».

УДК 339.138
ББК 65.291.5

ISBN 978-5-9765-2792-8

© Николаева Т.П., 2016
© Издательство «ФЛИНТА», 2016

Содержание

Введение	5
Тема 1. Основы банковского маркетинга	6
1.1. Маркетинг как элемент менеджмента.....	7
1.2. Причины появления банковского маркетинга, его необходимость в условиях конкуренции.....	11
1.3. История развития банковского маркетинга. Модель (4P).....	17
Контрольные вопросы.....	20
Тема 2. Содержание банковского маркетинга. Особенности банковского продукта	21
2.1. Сущность банковского маркетинга, его признаки и инструменты.....	22
2.2. Функции и определения банковского маркетинга, его цели и задачи.....	24
2.3. Концепции банковского маркетинга (производственная, товарная, сбытовая, маркетинговая).....	27
2.4. Банковские операции и услуги. Рынок банковских услуг, его классификация.....	29
2.5. Специфика банковского продукта, его уровни. Ступенчатый характер банковского маркетинга.....	37
2.6. Принципы и приемы банковского маркетинга. Активный и пассивный маркетинг.....	42
Контрольные вопросы.....	43
Тема 3. Организация банковского маркетинга	44
3.1. Процесс осуществления банковского маркетинга.....	45
3.2. Мотивация приобретения банковской услуги.....	46
3.3. Методы исследования потребности в банковских услугах.....	48
3.4. Виды маркетинговой деятельности в банке.....	48
Контрольные вопросы.....	52
Тема 4. Система банковского маркетинга	54
4.1. Среда маркетинга: микросреда и макросреда.....	55
4.2. Определение маркетинговых возможностей банка. Значение отчетности в деятельности банка. Анализ баланса банка.....	57
4.3. Содержание и роль аналитической работы в банке.....	73
4.4. Маркетинговые исследования банка: цель и задачи, структура, виды, этапы.....	79
4.5. Основные черты и виды информации, ее источники. Сбор и анализ информации.....	85
4.6. Анализ рынка, его сегментация. Определение конкурентной позиции банка. Концепция пяти сил конкуренции М. Портера.....	88
4.7. Наблюдение за рынком.....	103
4.8. Прогнозирование рынка.....	104
Контрольные вопросы.....	105
Тема 5. Виды маркетинговых стратегий банка	106
5.1. Планирование маркетинга.....	107
5.2. Понятие банковской стратегии. Пирамида целей.....	113
5.3. Классификация типов предпринимательской стратегии.....	116
5.4. Конкурентные стратегии банка М. Портера, И. Ансоффа и др.....	117
5.5. Концепция жизненного цикла банковского продукта.....	128

Контрольные вопросы.....	130
Тема 6. Реализация конкурентных стратегий в банках.....	131
6.1. Товарная и объемная политика банка.....	132
6.2. Ценовая политика банка.....	139
6.3. Сбытовая политика банка.....	141
6.4. Коммуникационная политика банка, ее инструменты.....	144
Контрольные вопросы.....	154
Тема 7. Организация деятельности маркетинговой службы	
банка.....	155
7.1. Организационно-правовая основа деятельности банка.....	156
7.2. Типы организационных структур банка.....	163
7.3. Деятельность маркетинговой службы банка.....	168
7.4. Система маркетингового контроля. Виды контроля.....	170
Контрольные вопросы.....	173
Итоговые вопросы.....	174
Тесты	175
Глоссарий.....	179
Список рекомендованной литературы.....	182