

В. И. Хабаров, Н. Ю. Попова Банковский маркетинг. Учебное пособие. М.: Маркет ДС, 2006. — 157 с.

В учебном пособии изложены сущность, содержание, принципы управления банковским маркетингом в специфических условиях становления и функционирования российской банковской системы.

Пособие написано в соответствии с государственным образовательным стандартом Высшего профессионального образования РФ и содержит основные вопросы, включаемые в билеты для зачетов и экзаменов.

Для студентов, аспирантов и преподавателей вузов, научных работников, а также всех, интересующихся вопросами маркетинга.

Содержание

Введение.

ГЛАВА 1. Теоретические основы банковского маркетинга

- 1.1. Объективные основы появления и формирования банковского маркетинга
- 1.2. Единство и различие понятий «банковский продукт», «услуга», «операция»
- 1.3. Содержание банковского маркетинга и его специфика
- 1.4. Основные цели, задачи и принципы банковского маркетинга

ГЛАВА 2. Организация маркетинговой деятельности в банке

- 2.1. Цели и задачи банка
- 2.2. Выявление возможностей банка: анализ баланса и рынка
 - 2.2.1. Анализ баланса банка
 - 2.2.2. Анализ рыночных возможностей
- 2.3. Методология и методика маркетинговых исследований
- 2.4. Отбор целевых рынков

ГЛАВА 3. Система планирования

- 3.1. Стратегическое планирование
- 3.2. Планирование комплекса маркетинга

ГЛАВА 4. Маркетинговая служба банка и система маркетингового контроля

- 4.1. Маркетинговая служба банка и структура
- 4.2. Система маркетингового контроля

ГЛАВА 5. Банковская конкуренция и маркетинг

- 5.1. Общая характеристика банковской конкуренции
- 5.2. Анализ стратегии конкурента
- 5.3. Конкуренция и качество банковских продуктов и услуг

ГЛАВА 6. Информационные технологии в банковском маркетинге.

- 6.1. Информационное пространство маркетинга в банке
- 6.2. Банковские услуги в электронных средах

6.3.Глобальный Internet-маркетинг

6.4.Региональные аспекты банковского маркетинга в условиях информатизации экономики

ГЛАВА 7. Агрегирование и персонализация в банковском маркетинге

7.1.Построение интеллектуальных автоматизированных технологий персонифицированного маркетинга

7.2.Система «Интеллектуальный Банк» CSBT (компьютерные системы для бизнеса)

ГЛАВА 8. Иллюстрация банковского маркетинга на примере банковских пластиковых карт

Заключение

Контрольные вопросы для самопроверки