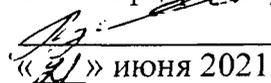


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор

 В.Ф. Володько
« 21 » июня 2021 г.

ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ
**ОПТИМИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ
БАНКА**

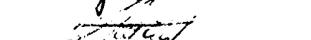
Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Специализация: 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

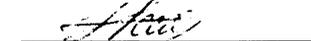
Студент-дипломник, гр. 10801117

 Е.М. Белоус

Руководитель, ст. преподаватель

 Н.Г. Аснович

Консультант, ст. преподаватель

 Н.Г. Аснович

Консультант по технологической
части, к.п.н., доцент

 О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель

 М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа - 84 страницы;

графическая часть - 9 листов;

цифровые носители - 1 диск.

Минск 2021

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 84 страницы, 12 рисунков и схем, 19 таблиц,
23 использованных источников

БАНК, МАРКЕТИНГ, СТРАТЕГИЯ, УСЛУГИ, БАНКОВСКИЙ ПРОДУКТ

Целью дипломной работы является изучение банковского маркетинга, на примере банка ОАО «БПС-Сбербанк» и выявление перспектив совершенствования и оптимизации маркетинговых стратегий.

Объектом данной дипломной работы является ОАО «БПС-Сбербанк».

Для достижения цели в работе поставлены следующие задачи:

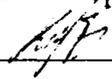
1. Рассмотреть понятия банковского маркетинга и основные его элементы.
2. Ознакомиться с теоретическими аспектами маркетинговых стратегий.
3. Проанализировать финансовое состояние, а также маркетинговые стратегии ОАО «БПС-Сбербанк».
4. Предложить пути совершенствования банковского маркетинга и подкрепить все экономическими расчетами.

В дипломной работе использовались следующие методы исследования: экономические методы (метод абсолютных величин, метод относительных величин,), систематизация, классификация, статистические методы, метод сравнений.

Содержание дипломной работы: теоретико-методологические аспекты маркетинговых стратегий банка; оценка хозяйственной деятельности банковской организации; пути и программа оптимизации маркетинговых банковских стратегий; технологии реализации предлагаемой программы.

Практическое применение. Область возможного практического применения результатов дипломной работы – ОАО «БПС-Сбербанк» и другие банковские организации.

Достоверность. Автор подтверждает, что приведенный расчетный материал правильно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.


(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрамова, В.Л. Маркетинговое управление конкурентоспособностью экономических систем / В.Л. Абрамова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – № 3. – с. 24-29
2. Ахматова, М. Теоретические модели конкурентоспособности / М. Ахматова, Е. Попов // Маркетинг. – 2013. – № 2. – с. 32-37.
3. Бирюкова, Л.И. Системы менеджмента качества организации / Л.И. Бирюкова, С.М. Вдовин, Т.А. Салимова – М.: Инфра-М, 2014. – 299 с.
4. Виноградова, С.Н. Организация и технология торговли: учеб. пособие / С.Н.Виноградова. – СПб.: Питер, 2012. – 224 с.
5. Герасименко, В.В. Основы маркетинга / В.В. Герасименко. – 2-е изд. – М: ТМС, 2007. – 416 с.
6. Гермогенова, Л.Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации / Л.Ю. Гермогенова – М.: «РусПАРТНЕР ЛТД», 2008. – 252 с.
7. Джонсон, М. Ориентация на клиента – ключевой фактор успеха предприятия / М. Джонсон // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – №2. – С. 10-13.
8. Ильин, М.Т. Влияние маркетинговой деятельности на конкурентоспособность предприятия / М.Т. Ильин. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 215 с.
9. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 408 с.
10. Лаврушина, О.И. Банковское дело: учебник / О.И. Лаврушина. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 800 с.
11. Макарова, Г.Л. Система банковского маркетинга / Г.Л. Макарова. – М.: Финстатинформ, 2007. – 110 с.
12. Масленченков, Ю.С. Финансовый менеджмент в коммерческом банке / Ю.С. Масленченков. – М.: Перспектива, 2005. – 192 с.
13. Пахомов В.Ю. Маркетинговые и коммуникационные стратегии продвижения банковских кредитных продуктов // Банковское кредитование. – 2017. – №3. – С. 23
14. Ряховский, Д. И. Операции услуги коммерческих банков / Д.И. Ряховский // Банковские услуги. – 2008. – №5.
15. Севрук, В.Т. Банковский маркетинг / В.Т. Севрук. – М: Дело ЛТД, 2006. – 128 с.
16. Спицин, И.О., Спицин, Я.О. Маркетинг в банке / И.О. Спицин, Я.О. Спицин. – М.: ИНФРА, 2006. – 656 с.

17. Умичевич, О.В. Банковский маркетинг в США и Канаде: новые технологии // США, Канада. – 2000. – № 4. – С. 55-63.
18. Усоскин, В.М. Современный коммерческий банк: управление и операции / В.М. Усоскин. – М.: ИПЦ – «Вазар – Ферро», 2007. – 238 с.
19. Уткин, Э.А. Банковский маркетинг / Э.А. Уткин. – М.: Дело, 2008. – 304 с.
20. Хабаров В.И. Попова Н.Ю. Банковский маркетинг. /Московская финансово-промышленная академия. – М., 2004. – 165 с.
21. Бухгалтерский баланс ОАО «БПС-Сбербанк» за 2018-2020 годы
22. Отчет о прибылях и убытках ОАО «БПС-Сбербанк» за 2018-2020 годы
23. Стратегический план развития ОАО «БПС-Сбербанк» за 2018-2020 годы