

Аннотация дисциплины

Маркетинговая стратегия коммерческого банка и технологии продаж банковских продуктов

Цель дисциплины

- формирование у студентов целостного представления о теории и практике стратегического и инновационного управления коммерческим банком и выработки его методов, моделей и технологий, основываясь преимущественно на современных маркетинговых методах и технологиях, с учетом зарубежного опыта.

Место дисциплины в структуре ОП (Б.1.2.2.1.1.): относится к дисциплинам по выбору, углубляющих освоение программы магистратуры для направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность программы Финансовый маркетинг.

Краткое содержание дисциплины

Современные концепции стратегического маркетинга и управления инновациями, особенности их реализации в кредитной организации. Принципы и приемы банковского маркетинга. Концепция инновационного менеджмента. Управление продвижением банковских продуктов. Среда маркетинга: макросреда и микросреда. Система маркетинговых исследований. Информационная инфраструктура системы банковского маркетинга. Концепция жизненного цикла банковского продукта. Классификация и стратегии управления банковскими продуктами. Содержание и основные элементы системы управления банковскими инновациями. Виды и методы реализации конкурентных маркетинговых и инновационных стратегий банка. Принципы формирования и классификация

конкурентных стратегий коммерческих банков. Классификация типов предпринимательской стратегии. Портфельная и конкурентная стратегии банка, стратегия деловой сферы, стратегия роста и сокращения. Конкурентные стратегии в трактовках М. Портера, И. Ансоффа, П. Друккера и др. Методы разработки маркетинговой конкурентной стратегии банка. Современные особенности развития комплекса маркетинга в банке (модель 4P). Товарная, ценовая, сбытовая и коммуникационная (личные продажи, реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью) политики банка. Типы организационных структур банка. Организация деятельности маркетинговой службы банка. Современные технологии маркетингового планирования. Система маркетингового контроля, его виды. Особенности подготовки бизнес-планов и оперативных планов в соответствии со стратегией. Механизмы адаптации стратегии к изменению условий функционирования банка.