

## **Аннотация дисциплины**

### **Маркетинговая стратегия коммерческого банка и технологии продаж банковских продуктов**

**Цель дисциплины** – дать студентам возможность расширить профессиональный кругозор, выработать аналитические и практические навыки, необходимые для построения системы стратегического инновационного маркетинга и продвижения банковских продуктов в кредитной организации, действующей в современной эмерджентной и глобальной конкурентной среде.

#### ***Краткое содержание:***

Современные концепции стратегического маркетинга и управления инновациями, особенности их реализации в кредитной организации. Концепция инновационного менеджмента: устойчивое развитие, основанное на непрерывности инновационного процесса. Система стратегического и инновационного банковского маркетинга и управления продвижением банковских продуктов. Понятие самообучающейся «живой организации» и принципы ее функционирования. Индивидуальный подход к клиенту как основной принцип продвижения современных банковских продуктов. Виды и методы реализации конкурентных маркетинговых и инновационных стратегий банка. Концепция эволюционного реинжиниринга технологического уклада коммерческого банка, концепция управления развитием интеллектуального потенциала коммерческого банка. Инновации как фактор формирования стратегии и стоимости банка. Организация процессов банковского маркетинга. Организация деятельности маркетинговой службы банка. Технологии продаж банковских продуктов. Формирование лояльности корпоративных клиентов, субъектов малого бизнеса и физических лиц на рынке банковских услуг. Кросс-маркетинговые мероприятия в системе управления лояльностью. Организация сбыта банковских продуктов в цифровой среде. Особенности продаж в Экосистеме банка. Конкурентные сбытовые стратегии банковской организации на маркетплейсе.