

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 075 маркетинг
за освітньою програмою маркетинг

на тему: «Банківський маркетинг (на прикладі МТБ Банку)»

Виконавець:
студент факультету міжнародної
економіки
Базан Артем Андрійович

Науковий керівник:
д.є.н., професор
Постан Михайло Якович

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми Сьогодні банки надають однакові послуги на ринку, і конкуренція між ними зростає, саме тому перше місце в конкуренції займають якість послуг, знання основних технологій продажів, індивідуальний підхід, налагодження довгострокових відносин, які в першу будуть вигідними для клієнтів. Це означає, що в умовах втрати довіри та вимог клієнтів до банківської системи для банків особливо важливо застосовувати інструменти маркетингу, та бути більше орієнтованим на клієнтів ніж на надання самої послуги.

Для розробки ефективних маркетингових стратегій необхідно проаналізувати та визначити тенденції, особливості та проблеми банківського маркетингу в сучасних умовах. Це допоможе залучити та утримати нових клієнтів, покращити довіру та лояльність споживачів до банку.

Мета роботи полягає в дослідженні маркетингових систем для банківської сфери та шляхи її вдосконалення.

- описати як функціонує маркетинг у банківській сфері;
- дослідити ринок банківських продуктів та послуг;
- проаналізувати комунікаційну політику для комерційного банку;
- запропонувати рекомендації щодо покращення маркетингової діяльності підприємства;
- обґрунтувати необхідність впровадження наданих рекомендацій.

Об'єкт дослідження в дипломній роботі є маркетинг у банківській сфері.

Предмет дослідження є маркетингова діяльність ПАТ «МТБ Банку».

Методи дослідження в дипломній роботі є порівняння, аналіз, синтез, дедукція, індукція, наукова абстракція, узагальнення та інші.

Інформаційна база дослідження ПАТ «МТБ Банку»

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (31 найменування). Загальний обсяг роботи становить 68 сторінок. Основний зміст викладено на 63 сторінках. Робота містить 15 таблиць, 3 рисунки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоретичні основи маркетингу банків**» розглянуто маркетинг у банківській сфері, ринок банківських продуктів і послуг, комунікаційну політику комерційного банку.

У другому розділі «**Аналіз маркетингової діяльності МТБ Банку**» проаналізовано ринок банківської діяльності, маркетингову діяльність МТБ Банку на цьому ринку та надано характеристику елементів комплексу маркетингу підприємства МТБ Банку.

У третьому розділі «**Рекомендації щодо удосконалення маркетингової діяльності МТБ Банку**» запропоновані рекомендації щодо удосконалення маркетингової діяльності банку в інтернеті та рекомендації щодо удосконалення комунікаційної політики МТБ Банку.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Після проведення аналізу ринку та діяльності ПАТ МТБ Банк, було розроблено ряд рекомендацій щодо удосконалення маркетингової діяльності банку. В основному рекомендації стосувалися роботи компанії в інтернет середовищі. Це пов'язано зі стрімким ростом популярності мережі взагалом та збільшенню кількості населення, яке проводить багато часу в інтернеті. Також були проведені розрахунки ефективності маркетингової кампанії.
2. Наступні розроблені рекомендації стосувалися комунікацій МТБ Банку. До них входили: стимулювання персоналу, реклама на радіо та зовнішня реклама, стимулювання збуту. Це призведе до кращої обізнаності людей про існування такого банку та його переваг.

АНОТАЦІЯ

Базан А.А. «Банківський маркетинг (на прикладі МТБ Банку)»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг».

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти маркетингу в банківській сфері, ринок банківських продуктів і послуг, комунікаційну політику комерційного банку..

Проаналізовано ринок банківської діяльності, маркетингову діяльність МТБ Банку на цьому ринку та надано характеристику елементів комплексу маркетингу підприємства МТБ Банку.

Запропоновані рекомендації щодо удосконалення маркетингової діяльності банку в інтернеті та рекомендації щодо удосконалення комунікаційної політики МТБ Банку.

Ключові слова: маркетинг; банківський маркетинг; маркетинг у банківській сфері; комунікаційна політика банку.

ANNOTATION

Bazan A. «Marketing in the bank (on example MTB Bank)»

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 075 «Marketing» for the educational program «Marketing».

Odessa National Economics University. – Odessa, 2020.

The work deals with the theoretical aspects of marketing in the bank, the market of the banking goods and services, communication politic of commercial bank.

Author analysis of the market of the bank activity, marketing activity of the MTB Bank on this market is given and characteristic elements of marketing MTB Bank is provided.

Keywords: marketing, bank marketing, marketing in the bank, communication politic in the bank.