

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ
ОДЕССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

На правах рукописи

Альакиди Беньян Ф. Ибрагим

УДК 336:339.1:004

**ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ
СИСТЕМЫ В БАНКОВСКИХ УЧРЕЖДЕНИЯХ**

Специальность 08.00.08 – деньги, финансы и кредит

Диссертация на соискание научной степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель
Кузнецова Людмила Викторовна
доктор экономических наук,
профессор

Одесса – 2013

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|-----|
| ВВЕДЕНИЕ | 3 |
| РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО РЫНКА | 13 |
| 1.1. Роль информационного рынка в обеспечении конкурентоспособности банков | 13 |
| 1.2. Влияние информационной экономики на развитие банковского маркетинга | 31 |
| 1.3. Концептуальные подходы к формированию современной информационной системы маркетинга в банках | 46 |
| Выводы к разделу 1 | 65 |
| РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНКА УСЛОВИЙ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ БАНКОВ | 68 |
| 2.1. Сравнительный анализ условий развития маркетинговой деятельности банков Украины и Ирака | 68 |
| 2.2. Обоснование необходимости формирования системы маркетинговой информации в банковской системе Ирака | 86 |
| 2.3. Оценка эффективности внедрения маркетинговой информационной системы в банках | 103 |
| Выводы к разделу 2 | 117 |
| РАЗДЕЛ 3. МОДЕРНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ | 119 |
| 3.1. Анализ методов маркетинговых исследований и моделей принятия маркетинговых решений в банках | 119 |
| 3.2. Информационные технологии в банковской деятельности как фактор необходимости усовершенствования маркетинговой информационной системы | 134 |
| 3.3. Влияние структуры маркетинговой информационной системы на решение комплекса маркетинговых задач в банке | 149 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| Выводы к разделу 3 | 164 |
| ВЫВОДЫ | 167 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ | 171 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ | 188 |