

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/139543>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Маркетинг

ВВЕДЕНИЕ 3

1. Теоретические основы анализа изменения рынка маркетинговых коммуникаций в условиях цифровизации общества 5

1.1. Особенности продвижения банковских продуктов и управления банком в кризис 5

1.2. Российский опыт использования маркетинговых коммуникаций в условиях цифровизации общества 10

1.3 Зарубежный опыт использования маркетинговых коммуникаций в условиях цифровизации общества 15

2. Анализ изменения рынка маркетинговых коммуникаций в условиях цифровизации общества на примере ПАО «Московский индустриальный банк» 21

2.1. Анализ взаимодействия ПАО «Московский индустриальный банк» с целевой аудиторией 21

2.2. Анализ системы продвижения бренда ПАО «Московский индустриальный банк» 22

2.3. Пример продвижения продуктов бренда ПАО «Московский индустриальный банк» 26

3. Совершенствование стратегии продвижения бренда ПАО «Московский индустриальный банк» 30

3.1. Основные направления улучшения маркетинговых коммуникаций 30

3.2. Мероприятия, связанные с применением цифровых каналов маркетинговых коммуникаций 32

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 36

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 39

ПРИЛОЖЕНИЕ 43

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Банковские учреждения являются связующим звеном между населением и сельским хозяйством, торговлей и промышленностью. Производство товаров и услуг, их реализация и получение доходов, считается главной целью работы любой компании. Перед руководством коммерческого банка стоит такая же задача, поэтому для ее выполнения все службы банка стараются заинтересовать как можно больше потребителей, расширить область сбыта своих услуг, завоевать рынок, а, следовательно, и приобрести доход.

Банковская система в любой стране является важным составным элементом мировой экономики. Она призвана способствовать макроэкономическому развитию, должна быть устойчивой и в полной мере удовлетворять растущий спрос на предоставляемые ею услуги.

Успех банка на розничном рынке должен напрямую зависеть от восприятия и узнаваемости бренда населением, поскольку человек предпочтет обратиться в банк, который у него на слуху, даже если реально клиент ничего, кроме названия банка, о нем и не знает. Изучением вопросов, связанных с продвижением на рынке банковских услуг, занимались многие отечественные и зарубежные ученые, например Белотелова Н. П., Воронова Н. С., Захарова О. В., Лаврушин О. И., Полищук А.И. и др.

Теоретическая значимость исследования заключается в изучении теоретических положений и основных направлений стимулирования сбыта банковских продуктов, в выявлении основных факторов, определяющих основные направления поиска совершенствования политики продаж банковских услуг.

Целью настоящего исследования является анализ изменения рынка маркетинговых коммуникаций в условиях цифровизации общества. Для достижения поставленной цели были выработаны следующие задачи:

□ рассмотреть теоретические основы анализа изменения рынка маркетинговых коммуникаций в условиях цифровизации общества;

□ провести анализ изменения рынка маркетинговых коммуникаций в условиях цифровизации общества на примере ПАО «Московский индустриальный банк»;

□ рассмотреть направления совершенствования стратегии продвижения бренда ПАО «Московский индустриальный банк».

Методы исследования: анализ литературы и электронных источников, мониторинг социальных медиа, изучение отечественной и зарубежной практики, анализ контента, анализ групп и сообществ в социальных

медиа, анализ комментариев, сравнение, анкетирование, классификация, обобщение, экспертное интервью. Практическая значимость работы состоит в разработке предложений, способствующих совершенствованию продвижения банковских продуктов в ПАО «Московский индустриальный банк», устойчивому формированию конкурентных преимуществ данного банка. Курсовой проект состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложения.

1. Теоретические основы анализа изменения рынка маркетинговых коммуникаций в условиях цифровизации общества

1.1. Особенности продвижения банковских продуктов и управления банком в кризис

Состояние банковской системы, как важнейшего элемента экономики любого государства, влияет на бесперебойность процессов расчетов, эффективное перераспределение денежного капитала, устойчивость национальной валюты и пр. Следует отметить, что 2017 год стал для России четвертым годом падения реальных доходов, которые снижаются с 2014 года. [38]

Конкуренция в банковском секторе Российской Федерации в последние годы складывалась под влиянием экономического кризиса. Крупнейшие банки в значительной степени смогли адаптироваться к текущему кризису, имея значительную государственную поддержку, но для большинства банков из ТОП – 100 банков России возможно ухудшение ситуации.

На нынешний кризис российские банки отреагировали по-разному. Первый удар пришелся, прежде всего, на банки, ориентированные на розничный бизнес ввиду того, что сильнейшая конкуренция последнего времени заставляла их работать на пределе возможностей. Универсальные банки и банки, чья деятельность была сконцентрирована на корпоративном бизнесе, столкнулись с острой потребностью в дополнительном капитале по мере разрастания и усугубления кризисных явлений в экономике. В настоящее время ситуация стабилизировалась. [26, с.187]

На деятельность банков и развитие конкуренции в банковском секторе оказывают влияние внешние и внутренние факторы. Воздействие внешней среды можно разделить на следующие факторы: экономические, политические, рыночные, технологические, конкурентные, международные и социальные, влияние участников банковского рынка (клиенты, конкуренты и др.). К факторам внутренней среды относятся внутренние бизнес-процессы банка, управленческий потенциал. Из-за специфики банковского рынка одни факторы оказывают более значительное влияние на уровень конкуренции, другие менее значительное. [29, с.11]

По мнению многих специалистов, изучающих развитие конкурентной банковской среды, в силу специфичности банковского рынка зависимость от поставщиков и угроза появления товаров-заменителей играют менее значительную роль в условиях межбанковской конкуренции, тогда как угроза появления новых конкурентов, зависимость от клиентов и существующая конкуренция оказывают заметное влияние. Банковские организации, специализирующиеся на предоставлении различных банковских услуг, испытывают проблемы, как в собственном стратегическом позиционировании, так и в повышении операционной эффективности, что негативно сказывается на их конкурентоспособности. [31, с.59]

По сути, банковский продукт – это комплекс услуг банка по активным и пассивным операциям.

Предоставляемые банком услуги можно условно разделить на четыре типа: стратегические, текущие, оперативные, специальные. Банковские услуги можно классифицировать следующим образом:

1. Кредитные услуги – отношения между банком и клиентом (заемщиком или дебитором) по предоставлению определенных денежных сумм на основании принципов срочности, платности и возвратности. Когда банк выступает кредитором – это называется активными операциями. Если же банк выполняет функции заемщика или дебитора, такие операции называются пассивными. Любое физическое или юридическое лицо, другой банк или финансовое учреждение может являться клиентом банка. К активным кредитным операциям относятся, ссудные операции, проводимые клиентами с другими банками. Получение межбанковского кредита относится к пассивным кредитным операциям.

2. Депозиты – услуги, с помощью которых, банк может временно пользоваться денежными средствами клиентов и рыночных экономических контрагентов.

3. Расчётное – кассовые услуги – расчеты и платежи с клиентами и банковскими учреждениями.

4. Операции по инвестициям и ценным бумагам. Процесс, когда вкладывают денежные средства в различные отрасли народного хозяйства, называется инвестициями банка. Существуют два вида

инвестиций: прямые и портфельные. Банковские средства, вложенные в конкретное производство, осуществляемые посредством реальных активов называются прямыми инвестициями. А долгосрочные денежные ссуды, осуществляемые в иностранной либо национальной валюте, называют портфельными инвестициями.

5. Трансформация ссудных капиталов. Факторинг, форфейтинг, лизинг, траст и другие банковские операции, консультации и аудиторские услуги, оказываемые клиентам акционерам контрагентам и прочим, называется трансформацией ссудных капиталов. [20, с.32]

Банковские услуги бывают проблемные, подразумевающие наиболее полный контакт клиента с банком и рутинные, подразумевающие минимальный контакт. [21, с.28]

Банковские услуги бывают часто приобретаемые и редко приобретаемые.

Частота приобретения клиентом тех или иных видов услуг может зависеть от месторасположения банка. Главной целью сбытовой политики банка, представляющей собой систему взаимодействия банка со своими клиентами направленной на побуждение к приобретению банковских услуг, является доведение банковского продукта до потенциальных клиентов. Коммуникационная политика банка (продвижение товара) – это система.

Сеть по сбыту банковских услуг может состоять из банкоматов, расположенных в непосредственной близости к клиентам; передвижных

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативные правовые акты

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 №51 ФЗ в ред. от 28.03.2017 // Справочная правовая система «Консультант плюс»
2. Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 27 июня 2002 г. № 86-ФЗ в ред. от 03.07.2016// Справочная правовая система «Консультант плюс»
3. Федеральный закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» // «Российская газета», № 289, 23.12.2013
4. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»// Справочная правовая система «Консультант плюс»
5. Федеральный закон Российской Федерации от 30.12.2004 №218_ФЗ «О кредитных историях» // Справочная правовая система «Консультант плюс»
6. Федеральный закон от 16.07.1998 № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)» //Справочная правовая система «Консультант плюс»

Специальная и научная литература

7. Белотелова Н. П., Белотелова Ж. С. Деньги, кредит, банки: учебник. – Москва: Дашков и К, 2014.
8. Банковское дело: Учебник для вузов.2-е изд. / Под ред. Белоглазовой Г.Н., Кроливецкой Л.П. СПб.: Питер, 2015. с. 13.
9. Буньковский Д. В. Теневая экономика: анализ развития. Вестник Восточно – Сибирского института Министерства внутренних дел России. 2015. № 4 (75). С. 107-116.
10. Банковский менеджмент: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. О.И. Лаврушина. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2015. – 512с.
11. Банковское право Российской Федерации : учебник для магистратуры / отв. ред. Е. Ю. Грачева. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Норма : ИНФРА-М, 2017.
12. Борисов А. Б. Комментарий к Гражданскому Кодексу РФ. – М.: Книжный мир, 2017. – 532с.
13. Воронова Н. С. Подходы к структурированию понятийного аппарата теории банковского капитала / Н. С. Воронова, О. С. Мирошниченко // Финансы и кредит. – 2013. – № 34 (562). – С. 9-19.
14. Володин А.А. Основные проблемы кредитования физических лиц в России / А.А. Володин // Экономист. – 2014. – №4. – С.10 – 14.
15. Даниленко С.А., Комиссарова М.В. Банковское потребительское кредитование: Учебно-практическое пособие. М.: Юстицинформ,М., 2011.
16. Ефимова Л.Г. Зарубежное банковское право (банковское право Европейского Союза, Франции, Швейцарии, Германии, США, КНР, Великобритании): монография / Л.Г. Ефимова. – Москва: Проспект. – 2016.

– С. 530–537.

17. Захарова О.В. Дискуссионные вопросы формирования границ кредита на макро и микро уровне // В сборнике: Наука и образование: проблемы и перспективы развития сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 5 частях. – 2014.
18. Климович В. П. Финансы, денежное обращение и кредит: Учебник / В.П. Климович. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 336 с
19. Курбатов А.Я. Правовые проблемы потребительского кредитования // Банковское право. 2012. № 3. С. 15.
20. Кисурина Л.Г. Кредиты и займы // Экономико-правовой бюллетень. 2012. № 4.
21. Леонов М.В. Особенности регулирования собственного капитала коммерческих банков в России / М.В. Леонов // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. – 2014. – № 1 (19). – С. 28–37.
22. Лытнева Н.А. Стратегические аспекты концепции экономического анализа в управлении собственным капиталом коммерческих организаций: под общ. ред. Н.А. Лытневой / Н.А. Лытнева, О.В. Губина, В.Е. Губин. – Орел. Издательство ОрелГИЭТ, 2013.– 136 с.
23. Лосева Н.А., Козлов А.Н. Клиентоориентированность в стратегии развития банковских услуг // Аудитор. – 2015. – № 9. – С. 54 – 59
24. Лаврушин О.И. Банковское дело: Современная система кредитования: Учебное пособие / О.И. Лаврушин, О.Н. Афанасьева, С.Л. Корниенко. – М.: КНОРУС, 2016. – 260 с.
25. Масленченков Ю. Способы минимизации банковских рисков / Ю.Маслаченков // Финансист. – 2014. – №12.– С.16–21.
26. Молчанов А.В. Коммерческий банк современной России: теория и практика/ А.В. Молчанов.– М.: Финансы и статистика, 2012.– 409с
27. Науменкова С.В, Соркин И.В., Приходько Б.В. Трансформация роли и функций центральных банков в посткризисный период // Экономика и банки. – 2014. – № 1. – С.7–15.
28. Ольхова Р.Г. Оценка и анализ достаточности капитала банка / Р.Г. Ольхова // Бизнес и банки. –2014. –№8. –С. 9–14.
29. Полищук А.И. Банк и клиент: регулирование взаимоотношений и понятийный анализ инструментов обслуживания / А.И. Полищук // Банковские услуги. – 2014. – № 3. – С. 11–17
30. Сальников Д. Российские пластиковые карты: перспектива развития // Мир карточек. – 2014. –№ 1.–С.20.
31. Трофимов Д.В. Сущность и содержание управления продажами розничных банковских услуг в современных условиях / Д.В. Трофимов // Международный бухгалтерский учет. – 2015. – № 43. – С. 59–63

Интернет источники

32. Официальный сайт ПАО «Московский индустриальный банк» [Электронный ресурс]: <https://www.minbank.ru>
33. Официальный сайт ПАО Сбербанк России [Электронный ресурс]/ <http://www.sberbank.ru>
34. Рейтинг регионов по объему инвестиций в основной капитал за счет банковских кредитов / Информационный портал: Риа Новости / [Электронный ресурс] URL: http://vid1.rian.ru/ig/ratings/bank_invest.pdf
35. Информационный портал [Электронный ресурс]: <https://regnum.ru/news/2372812.html>
36. Информационный портал [Электронный ресурс]: <https://www.sberometer.ru/banks/minbank/>
37. Информационный портал [Электронный ресурс]: <https://www.sberometer.ru/rvn/40436/moskovskiy-industrialnyy-bank-terpit-gigantskie-ubytki-po-svoim-pokazatelyam-on>
38. Информационный портал [Электронный ресурс]: <http://bankcarding.ru>
39. Информационный портал [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2018/01/30/749407-naselenie-zanimaet-vse-chashe>
40. Информационный портал [Электронный ресурс]:<https://www.sravni.ru/banki/rating/kredity-fizicheskikh-lic/>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovyie-raboty/kurovaya-rabota/139543>