

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->

%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Маркетинг

Введение 3

Глава 1. Теоретические основы анализа методики предоставления кредитных продуктов 8

1.1. Кредитные продукты банка, способы и формы их продаж 8

1.2. Нормативно-правовое регулирование порядка осуществления кредитных операций 13

Глава 2. Практика продвижения кредитных продуктов в кредитной организации 23

2.1. Характеристика кредитной политики банка 23

2.2. Организация работы банка по продажам кредитных продуктов физическим лицам, характеристика основных этапов продажи 25

2.3. Технология выдачи потребительского кредита физическому лицу, документальное оформление и отражение в учете 27

2.4. Анализ маркетинговой политики кредитной организации в области продвижения кредитных продуктов как инструмента, влияющего на доходность банка от проведения кредитных операций 29

Раздел 3. Проблемы и направления совершенствования деятельности кредитных организаций в области продвижения кредитных продуктов в условиях возрастания конкуренции в банковской сфере 32

3.1. Проблемы продвижения кредитных продуктов в условиях конкуренции 32

3.2. Основные направления совершенствования деятельности кредитных организаций в области продвижения кредитных банковских продуктов 34

Заключение 38

Библиографический список 39

Введение

Современный финансовый рынок открывает множество возможностей для потребителей. Можно побывать почти в любой точке мира, инвестировать средства в образование, купить выбранный автомобиль или построить дом мечты из наиболее подходящих материалов. Однако на достижение перечисленных целей требуются крупные суммы денег.

Собственных сбережений порой недостаточно для удовлетворения конкретных запросов. Если потребитель на протяжении определенного отрезка времени готовится к приобретению определенных услуг и продуктов, одним из простейших способов дополнительного финансирования является кредит.

Оформление кредита – один из простейших способов дополнительного финансирования, суть которого заключается в получении необходимой заемщику суммы для достижения конкретных целей. При этом быстрые займы от МФО обычно предназначены для оплаты счетов, возникающих вследствие форс-мажорных ситуаций. В свою очередь банки предпочитают выдавать потребительские и целевые кредиты, которые позволяют гражданам оплачивать запланированные покупки или заказывать разного рода услуги. Нарастание клиентской базы — трудоёмкий процесс, особенно если неясно, где искать аудиторию. Чтобы клиент пришёл для оформления кредита, он должен узнать о существовании и специфике кредитных продуктов. Информацию о продуктах и услугах, способную заинтересовать аудиторию, можно подавать в разных форматах.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы обуславливается тем, что на современном этапе развития главным направлением деятельности банков становится выработка и реализация маркетинговой стратегии, нацеленной на привлечение большего числа клиентов.

Чтобы выжить в условиях все более жесткой конкурентной борьбы, банки вынуждены задумываться о совершенствовании кредитных продуктов, которые предполагают постоянное внимание к изменяющимся потребностям рынка, четкое позиционирование бренда в целом и отдельных продуктов и услуг, формирование единого комплекса маркетинговых мероприятий.

Целью выпускной квалификационной работы является анализ основных способов и форм продвижения кредитных продуктов для увеличения клиентской базы банка.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить кредитные продукты банка, способы и формы их продаж;
- рассмотреть нормативно-правовое регулирование порядка осуществления кредитных операций;
- дать характеристику кредитной политики банка;
- проанализировать организацию работы банка по продажам кредитных продуктов физическим лицам, характеристика основных этапов продаж;
- рассмотреть технологию выдачи потребительского кредита физическому лицу, документальное оформление и отражение в учете;
- провести анализ маркетинговой политики кредитной организации в области продвижения кредитных продуктов как инструмента, влияющего на доходность банка от проведения кредитных операций;
- рассмотреть проблемы продвижения кредитных продуктов в условиях конкуренции;
- рассмотреть основные направления совершенствования деятельности кредитных организаций в области продвижения кредитных банковских продуктов.

Исследование по теме выпускной работы проводилось на базе ПАО «Промсвязьбанк» - универсальный банк в РФ. Входит в 10 крупнейших банков России, в список системно значимых кредитных организаций, утвержденный Центробанком. Опорный банк для операций по гособоронзаказу и госконтрактам. Теоретическая значимость выпускной квалификационной работы выражается в проведении комплексного анализа и исследовании продвижения кредитных продуктов в кредитных организациях. Практическая значимость выпускной квалификационной работы выражается в возможности применения полученных знаний в ходе дальнейшего обучения по специальности и использования в профессиональной деятельности.

Объектом исследования являются кредитные продукты коммерческого банка.

Предметом исследования являются способы продвижения кредитных продуктов для увеличения клиентской базы коммерческого банка.

Проанализировав учебную литературу, можно сделать вывод о том, что тема не является достаточно изученной и требует дальнейшего исследования.

При написании выпускной квалификационной работы были использованы следующие методы исследования:

- анализ литературы;
- анализ нормативно-правовой документации по теме выпускной квалификационной работы;
- изучение и обобщение отечественной и зарубежной практики;
- теоретический анализ и синтез;
- классификация.

Научная новизна выпускной квалификационной работы состоит в теоретико-методологическом обосновании авторской концепции продвижения кредитных продуктов в современных условиях.

Выпускная квалификационная работа состоит из следующих структурных элементов:

- введение;
- три главы;
- восемь параграфов;
- заключение;
- список использованных источников.

Во введении выпускной квалификационной работы рассматривается актуальность выбранной темы, цели выпускной квалификационной работы, задачи, объект и предмет исследования, научная новизна работы, теоретическая и практическая значимость.

В первой главе выпускной квалификационной работы приведены теоретические основы анализа методики предоставления кредитных продуктов, рассмотрены кредитные продукты банка, способы и формы их продаж, проанализировано нормативно-правовое регулирование порядка осуществления кредитных операций.

Во второй главе приведена практика продвижения кредитных продуктов в кредитной организации, дана характеристика кредитной политики банка ПАО «Промсвязьбанк», рассмотрена организация работы банка по продажам кредитных продуктов физическим лицам, приведена характеристика основных этапов продаж, рассмотрена технология выдачи потребительского кредита физическому лицу, документальное оформление и отражение в учете, приведен анализ маркетинговой политики кредитной организации в области продвижения кредитных продуктов как инструмента, влияющего на доходность банка от проведения кредитных операций.

В третьей главе приведены проблемы и направления совершенствования деятельности кредитных

организаций в области продвижения кредитных продуктов в условиях возрастания конкуренции в банковской сфере, изучены проблемы продвижения кредитных продуктов в условиях конкуренции, рассмотрены основные направления совершенствования деятельности кредитных организаций в области продвижения кредитных банковских продуктов.

В заключении приведены основные итоги работы, сделаны выводы, представлены рекомендации.

Положения, выносимые на защиту:

- нормативно-правовое регулирование порядка осуществления кредитных операций;
- организация работы ПАО «Промсвязьбанк» по продажам кредитных продуктов физическим лицам, характеристика основных этапов продажи;
- основные направления совершенствования деятельности кредитных организаций в области продвижения кредитных банковских продуктов ПАО «Промсвязьбанк».

Глава 1. Теоретические основы анализа методики предоставления кредитных продуктов

1.1. Кредитные продукты банка, способы и формы их продаж

Кредитный продукт — это определенный тип кредитования в каждой банковской организации, который изначально был создан на основе кредитной политики банковской организации, представляющий собой подсистему кредитования и включает в себя временную и количественную характеристики, зависящие от потребительском мнении клиента.

Кредит имеет огромное понятие и зависит от платежеспособности, срочности получения и срока возврата кредита.

Предпосылкой для обращения за кредитом для физических лиц являются различного рода потребности, от желания приобрести собственное жилье до простых жизненных ситуаций, когда срочно требуется некоторая сумма наличных средств.

Кредитование для физических лиц может быть:

- Целевым – при котором заемные средства используются строго по назначению.

Например, при оформлении кредита в магазине на покупку бытовой техники, банк переводит средства безналичным платежом на расчетный счет продавца.

Таким образом, покупатель не видит наличных средств и не может использовать их на иные нужды.

- Нецелевое кредитование предусматривает выдачу займа наличными. При этом цель указывается лишь на бумаге и банк не имеет гарантий использования средств клиентом по указанному назначению.

В зависимости от сроков, кредиты разделение кредитов на группы представлено на рисунке 1.

Библиографический список

- 1) Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 N 395-1 (последняя редакция)
- 2) Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 10.07.2002 N 86-ФЗ (последняя редакция)
- 3) Деньги. Кредит. Банки: Учебник/ Под ред. Г. Н. Белоглазовой - М.: Высшее образование, 2014. - 392 с.
- 4) Деньги. Кредит. Банки: учебник для проведения практических занятий по дисциплине «Деньги. Кредит. Банки» для студентов, обучающихся по программе бакалавриата «Экономика» / авт.-сост. Ю. М. Складорова, И. Ю. Складорова, Т. Г. Гурнович и др.; Ставропольский гос. аграрный ун-т. – Ставрополь, 2013. – 312 с.
- 5) Дворецкая, А. Е. Деньги, кредит, банки: учебник для академического бакалавриата / А. Е. Дворецкая. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 480 с.
- 6) Корпоративные финансы: учебник / коллектив авторов; под ред. М.А. Эскиндарова, К68 М.А. Федотовой. — М.: КНОРУС, 2016. — 480 с.
- 7) Кириченко Т.В. Финансовый менеджмент: Учебник/Т.В. Кириченко М.: Издательско-торговая компания «Дашков и К», 2013. - 483с.
- 8) Копытова, А. И. Банки и банковское дело: учеб. пособие / А. И. Копытова; ГОУ ВПО «Томский государственный педагогический университет». – Томск: Изд-во ТГПУ, 2009. – 248 с.
- 9) Липсиц И.В. Экономика: учебник для вузов/И.В. Липсиц. — М.: Омега-Л, 2016. — 656 с.
- 10) Макушина Т.Н. Бухгалтерский финансовый учет: Учебное пособие/Макушина Т.Н. Кинель:РИЦ, 2015. – 375с.
- 11) Макроэкономика: учебник для бакалавров / А. В. Аносова, И. А. Ким, С. Ф. Серегина [и др.]; под ред. С. Ф.

[5D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8](#)