

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/83833>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Деньги, кредит, банки

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ НА РЫНКЕ 5

1.1. Понятие и содержание маркетинговой стратегии организации 5

1.2. Основные подходы и методики реализации маркетинговых стратегий 10

2. АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПАО «ГАЗПРОМБАНК» НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ 16

2.1. Характеристика деятельности банка 16

2.2. Анализ маркетинговой стратегии ПАО «Газпромбанк» 20

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 29

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 31

ВВЕДЕНИЕ

Маркетинговая аналитика является закономерным этапом эволюции комплексного анализа хозяйственной деятельности предприятий в условиях современной рыночной экономики. В качестве объекта маркетингового анализа выступают различные бизнес — процессы и бизнес — модели компаний, а также количественные и качественные показатели их деятельности.

Маркетинг представляет собой организационную функцию и совокупность действий менеджеров компании по созданию, продвижению и предоставлению продуктов или услуг на рынке и управлению взаимоотношениями с потребителями данной продукции в целях получения максимальной экономической прибыли.

Актуальность данной темы заключается в том, что современные банки часто в своей практике сталкиваются с проблемами, возникающими в их текущей деятельности в маркетинговой сфере своей деятельности (сбыт продукции, ценовая политика, реклама и т.д.). Бизнес – анализ маркетинговых основ деятельности компании призван решать существующие проблемы.

Предметом данного исследования выступает организация маркетингового исследования рынка банковских продуктов.

Объект исследования – маркетинг банка.

Целью исследования является выявление основных маркетинговых проблем предприятия, их комплексный анализ и составление рекомендаций по внедрению в банке.

В связи с этой целью ставится ряд основных задач:

- ☐ рассмотреть теоретические основы и функции маркетинговой аналитики
- ☐ провести анализ маркетинга банка на основе различных методик,
- ☐ выявить проблемы маркетинговой политики,
- ☐ предложить меры по улучшению маркетинга в перспективе.

Работа состоит из двух основных частей, в которых анализируются теоретические основы маркетинговой аналитики, а также проводится маркетинговое исследование рынка банковских продуктов.

Научная новизна работы заключается в исследовании существующего маркетингового плана организации и предложении конкурентных мероприятий по его улучшению в будущем.

Для раскрытия данной темы были использованы различные исследования рынка банковских продуктов, материалы маркетингового отдела организации, годовые отчеты и ресурсы Интернет.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ НА РЫНКЕ

1.1. Понятие и содержание маркетинговой стратегии организации

Маркетинговая политика компании является ключевым звеном всей деятельности предприятия, которая

закключается в конечном доведении товара до потребителей компании. Основной целью маркетинга является завоевание большей доли на рынке и получение максимальной прибыли от своей текущей деятельности.

Таким образом, маркетинговая политика предприятия направлена на обеспечение полной доступности товаров и услуг для потенциальных потребителей. Для того, чтобы достигнуть эту цель, компании необходимо:

- 1) выявить потребность целевого рынка и рассчитать его емкость;
- 2) определить эффективные каналы распределения;
- 3) довести товары до потребителей.

Рассмотрим причины зарождения маркетинговой политики на предприятиях, которые обусловлены необходимостью эффективного функционирования компании.

Таблица 1.1.1

Причины развития маркетинговой политики компании [6, с.99]

Причина	Понятие
Борьба за получение денежных средств от потребителей	В современных рыночных условиях компании подходят к необходимости соблюдения всех требований потребителя к товару: хорошее знание товара, минимальное количество времени, необходимого на его приобретение; максимум удобств в процессе и последствиях покупки товара (работы или услуги)
Проблемы эффективности рыночного поведения предприятия	Предприятия стали учитывать все факторы рыночной среды (требования покупателей, конкуренция, действия государства), которые сформировали некоторые модели поведения фирмы в области маркетинга

Основными направлениями маркетинговой политики компании являются [6, с.102]:

- увеличение предпринимательской прибыли в текущем периоде, а также обеспечение гарантий ее получения в будущем;
- максимальное удовлетворение платежеспособного спроса потребителей;
- долговременная рыночная устойчивость организации, конкурентоспособность ее продукции;
- создание положительного имиджа на рынке и признания со стороны общественности.

Таким образом, осуществление маркетинговой политики компанией ставит перед собой следующие цели:

- формирование эффективной маркетинговой системы;
- выбор методов товародвижения по различным группам товаров (услуг) и сегментам рынка;
- определение количества необходимых звеньев в канале сбыта.

Таблица 1.1.2

Цели маркетинговой политики компании [3, с.31]

Характер цели	Содержание
Стратегические	Увеличить число потребителей, увеличить количество покупаемого товара, увеличить оборот компании по показателям, указанным в плане маркетинга (объем продаж, прибыль), выполнить показатели плана продаж
Специфические	Ускорить продажу выгодного для компании товара, повысить его оборачиваемость на рынке, избавиться от лишних запасов товаров на предприятии, составить конкуренцию другим фирмам
Разовые	Извлечь выгоду из ежегодных событий и праздников, которые стимулируют продажи конкретного вида товара, поддержать рекламную кампанию

Для достижения этих целей компания создает сети оптовых и розничных магазинов, складов промежуточного хранения товаров, а также может открывать сервисные предприятия. Маркетинговая политика компании зависит от внутренних и внешних условий функционирования предприятия (организации) и для ее разработки

1. Федеральный Закон РФ «О банках и банковской деятельности» № 395-1 от 02.12.1990 г. (в ред. от 03.03.2008 г.)
2. Бертонеш М. Управление денежными потоками/М. Бертонеш. – М.: Юнити-Дана, 2014. – 382 с.
3. Бердников В. Основы бизнес – моделирования. – М.: КНОРУС, 2014. – 495 с.
4. Брусов, П.Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование: Учебное пособие / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова. – М.: КноРус, 2013. – 232 с.
5. Глинн Дж. Стратегия бизнеса. – Новосибирск: РАН, 2013. – 313 с.
6. Гончарова В.В. В поисках совершенствования управления. – М.: Международный исследовательский институт проблем управления, 2014. – 225 с.
7. Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 248 с.
8. Данилин, В.И. Финансовое и операционное планирование в корпорации. Методы и модели: Учебник / В.И. Данилин. – М.: Дело АНХ, 2014. – 616 с.
9. Деньги. Кредит. Банки / под ред. Ровенского Ю.А. – М.: ООО «Оригинал-макет», 2016, с. 320.
10. Дыбаль С.В. Финансовый анализ: теория и практика: Учебное пособие/ С.В. Дыбаль. – СПб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2015 - 304 с.
11. Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент: теория практика/М.Н. Крейнина. – М.: Издательство Перспектива. 2015. – 656 с.
12. Куница Н.Н., Бондаренко В.А. Повышение эффективности управления системой коммерческих банков в условиях макроэкономической нестабильности // Финансы и кредит. - 2014. - № 22. - С. 2-12
13. Лаврушин О.И. Эффективность банковской деятельности: методология, критерии, показатели, процедуры // Банковское дело. - 2015. - №52. - С. 38.
14. Ларионова И.К. Стратегическое управление. – М.: Дашков и К, 2014. – 274 с.
15. Мескон М.Х. Основы менеджмента. – М.: Дело, 2013. – 318 с.
16. Удовикин А.В. Роль финансовой стратегии в управлении стратегии предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.ekportal.ru/page-id-95.html>
17. Черных М. И. Влияние финансовой нестабильности банковского сектора на ликвидность кредитных организаций // Молодой ученый. — 2016. — №8. — С. 697-703.
18. <http://www.cbr.ru>
19. <http://bankir.ru>.
20. <https://www.gazprombank.ru/>

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/83833>