Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Библиотека

Научно – библиографический отдел

**Список рекомендательной литературы по теме: «Банковский маркетинг»**



Выполнила: Студент группы МИГН – 18, Шуватова Л.С.

Иркутск, 2019

Предлагаем вниманию обучающихся документы из фонда Научной библиотеки БГУ по теме: «Банковский маркетинг»

Оглавление

[Общая характеристика: 2](#_Toc7442818)

[Книги и труды преподавателей 3](#_Toc7442819)

[Статьи 5](#_Toc7442820)

[Ресурсы удаленного доступа 9](#_Toc7442821)

[Электронно-библиотечная система IPRbooks 9](#_Toc7442822)

# Общая характеристика:

Основу маркетинговой деятельности банка составляет анализ его рыночных возможностей, который предполагает проведение маркетинговых исследований с целью определения места на рынке ссудного капитала.

Банковский маркетинг представляет собой комплекс мероприятий по анализу рынка банковских продуктов и услуг, формированию и стимулированию спроса, учету рыночных факторов на всех стадиях жизненного цикла продуктов банка, разработке новых продуктов, их продвижению на рынок, стимулированию сбыта, ценообразованию, рекламной деятельности, по сохранению и привлечению клиентов. Маркетинг рассматривается с одной стороны, как деятельность по изучению рынка, с другой - по изучению потребностей клиентов в услугах банка, разработке новых услуг, продвижению услуг на рынок.

Основной целью банковского маркетинга является обеспечение оптимальной скорости продвижения банковских услуг на всем пути - от банковского учреждения до конечного потребителя (клиента), т.е. такой скорости, при которой сочетались бы наиболее выгодные темпы продажи и оборачиваемости денег, а также минимальные затраты на хранение финансовых ресурсов, с одной стороны, со способностью полностью и своевременно удовлетворять спрос клиентов, с другой.

Особенности и различия.

Если маркетинг можно определить, как комплексную систему организации производства и сбыта товаров, ориентированную на удовлетворение потребностей потребителей и получение прибыли на основе изучения и прогнозирования рынка, то банковский маркетинг представляет собой поиск и использование банком наиболее выгодных рынков банковских продуктов, в целях максимизации доходов акционеров банка, с учетом реальных потребностей клиентов. Последнее определение учитывает интересы собственников банка.

В рекомендательный список литературы по данной теме вошли различные документы (книги, статьи), имеющиеся в фонде библиотеки, а также ресурсы удаленного доступа. Список составлен в помощь студентам с целью лучшего изучения выбранной темы.

# Книги и труды преподавателей

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Библиографическое описание | Место хранения | Инвентарный номер |
| 1. | 336.71В57Владиславлев, Д. Н. Энциклопедия банковского маркетинга [Текст] / Д. Н. Владиславлев. - М. : Ось-89, 2005. - 253 с. ISBN 5-98534-118-6. | 2 - 122 | 633530 |
| 2. | 336.71У84Уткин, Э. А. Банковский маркетинг [Текст] : учеб. пособие для вузов / Э. А. Уткин. - М. : ИНФРА-М : Метаинформ, 1994. - 304 с. ISBN 5-86225-060-3. | 2 - 122 | - |
| 3. | 336.71С28Севрук, Велисава. Банковский маркетинг [Текст] / Велисава Т. Севрук. - М. : Дело ЛТД, 1994. - 127 с. - (Банки и реальность) ISBN 5864611476. | 2 - 122 | 561872 |
| 4. | 336.71Д42Джозлин, Р. В. Банковский маркетинг [Текст] : введение в рыночное планирование. - М. : Церих-ПЭЛ, 1995. - 96 с. ISBN 5-87811-011-3. | ФОХ1 | 535234 |
| 5. | 336.71М25Маренков, Н. Л. Банковский маркетинг [Текст] : учеб. пособие : рек. Рос. акад. образования / Н. Л. Маренков, Н. Н. Косаренко. - М. : Флинта : Моск. психолого-социальный ин-т, 2006. - 266 с. ISBN 5-89349-940-9. - ISBN 5-89502-850-0. | 2 - 122 | 653004 |
| 6. | Банковский маркетинг [Текст] : практикум по курсу для студентов дневного, заочного и ускор. обучения специальности "Финансы и кредит" / сост. Л. В. Татаринова; ИГЭА. - Иркутск :Изд-во ИГЭА, 2001. - 27 с | - | - |
| 7. | 336.71Б23 Банковский маркетинг [Текст] / ред. А. В. Фалько. - М. : Вече, 1994. - 320 с. - (Банковское дело в России; т. 4) ISBN 5-7141-0256-8. | ФОХ1 | 530084 |

# Статьи

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Библиографическое описание | Источник | Место хранения |
| 1. | Гайдунько, Д.В. Специфика банковского маркетинга в современных условиях [Текст] / Д.В.Гайдунько. | Банк.услуги. - 2001. - N12.. - С.13-25. | ББК У26.210 |
| 2. | Халуев, К. Маркетинг кредитных операций коммерческого банка [Текст] / К.Халуев. | Маркетинг. - 2002. - N2.. - С.65-75 | - |
| 3. | Урунов, А.А. Маркетинг как важный фактор максимизации прибыли банков [Текст] / А.А.Урунов,А.Абдуллаев. | Аспирант и соискатель. - 2003. - N3.. - С.40-41 | ББК У9(2)0 |
| 4. | Воронов, А. Динамика, факторы, тенденции и новые инструменты развития в банковском секторе [Текст] / А. Воронов, М. Рачков. | Маркетинг. - 2004. - N 6.. - С. 98-103 | ББК У26.210 |
| 5. | Викулов, В. Маркетинг банковских продуктов на основе сегментационных моделей [Текст] / В. С. Викулов. | Маркетинг в России и за рубежом. - 2005. - N 1.. - С. 131-137 | ББК У26.210 |
| 6. | Мартиросян, К. Банковский маркетинг в России: решения и тенденции [Текст] / К. Мартиросян. | Банковские технологии. - 2005. - N 6.. - С. 52-54. | ББК У26.210 |
| 7. | Ранде, Ю. П. Место и значение внутреннего маркетинга в деятельности банка [Текст] / Ю. П. Ранде. - библиогр. : 83. | Маркетинг в России и за рубежом.. - 2007. - № 5. - С. 78-83 | ББК У26.210 |
| 8. | Пономарева, М. А. Зарубежный опыт банков в области менеджмента и маркетинга [Текст] / М. А. Пономарева. | Финансы и кредит. - 2007. - № 20. - С. 45-53 | ББК У26.210 |
| 9. | Фигуров, В. Маркетинговые стратегии зарубежных коммерческих банков [Текст] / В. Фигуров. | Человек и труд. - 2008. - № 2. - С. 56-59 | ББК У26.210 |
| 10. | Исин, Ж. М. Ключевые вопросы маркетинговой стратегии в банковской сфере [Текст] / Ж. М. Исин. - Библиогр.: с. 88 (2 назв. ). | Маркетинг в России и за рубежом. - 2009. - N 5. - С. 80-88 | ББК У26.210 |
| 11. | Попкова, Е. Г. Концепции 5Е на рынке банковских продуктов [Текст] / Е. Г. Попкова, А. П. Суворина. - Библиогр.: с. 133 (6 назв. ). | Маркетинг в России и за рубежом. - 2009. - N 4. - С. 127-133 | ББК У26.210 |
| 12. | Жабров, В. В. Банковский маркетинг в России. Проблемы эффективности [Текст] / В. В. Жабров. | Маркетинг услуг. - 2009. - № 2. - С. 108-119 | ББК У9(2)0 |
| 13. | Фоменко, Е. Г. Анализ факторов потребительского поведения при формировании маркетинговой стратегии развития коммерческого банка [[Текст]] / Е. Г. Фоменко, В. Г. Шелепов. - (Банковская деятельность: услуги).- Библиогр.: с. 21 (3 назв. ) | Банковские услуги. - 2010. - N 12. - С. 16-21 | ББК 65.262 |
| 14. | Новаторов, Э. В. Модели маркетинга банковских услуг [Текст] / Э. В. Новаторов. - рис.- Библиогр.: с. 37 (15 назв. ). | Банковские услуги. - 2010. - N 8. - С. 27-37 | ББК 65.262 |
| 15. | Банковский маркетинг: совершенствование организации обслуживания клиентов [Электронный ресурс] / О. И. Штейн. - Библиогр.: с. 51 (9 назв. ). | Маркетинг в России и за рубежом. - 2012. - № 3. - С. 47-51 | - |
| 16. | Ильясов, С. Роль маркетинга в системе управления банком [Текст] / С. Ильясов О специфике и стратегии банковского маркетинга. | Аналитический банковский журнал. - 2012. - № 8. - С. 82-84 | ББК 65.262 |
| 17. | Шатковская, Е. Г. Эволюция концепций банковского маркетинга [Текст] / Е. Г. Шатковская. - рис.- Библиогр.: с. 66 (8 назв.). Приводится характеристика известных концепций маркетинга применительно к деятельности кредитной организации. Дается авторское определение банковского маркетинга, выдвигается и обосновывается принципиально новая ценностно-ориентированная концепция банковского маркетинга, направленная на преодоление конфликта интересов банка и его клиента в процессе создания и реализации банковского продукта |  Известия Уральского государственного экономического университета. - 2012. - № 6. - С. 62-66 | ББК 65.262 |
| 18. | Мартыненко, М. Банковский маркетинг в изменяющейся конкурентной среде [Текст] / М. Мартыненко, Ю. Побегайло. - рис.- Библиогр.: с. 62 (5 назв.). В статье рассмотрены инструменты современного банковского маркетинга. Выявлены и обоснованы основные маркетинговые стратегии. | Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. - 2013. - № 3. - С. 59-62 | ББК 65.291.3 |
| 19. | Русских, А. В. Типы и особенности маркетинга банковских услуг [Текст] / А. В. Русских. - Библиогр.: с. 40 (4 назв.). Дано определение понятия "банковский маркетинг". Рассмотрены специфика, основные функции и тенденции развития банковского маркетинга в России. | Российское предпринимательство. - 2013. - № 10 (232). - С. 35-40 | ББК 65.262 |
| 20. | Швецов, Р. В. Маркетинг в банковском бизнесе: перспективы, тренды и возможности [Электронный ресурс] / Р. В. Швецов. - фот., рис. Продвижение банковских продуктов традиционными маркетинговыми методами становится менее действенным. Эффективными оказались инструменты, взаимодействующие с клиентом в онлайн-режиме.Кредитные организации выделяют все больше ресурсов на развитие электронного банкинга. Особое место занимают небанковские услуги, предлагаемые клиентам для повышения их лояльности к кредитной организаци | Банковское дело. - 2017. - № 12. - С. 74-77 | - |
| 21. | Ломакина, А. Н. Маркетинговые исследования рынка банковских платежных карт на примере ВТБ [Текст] / А. Н. Ломакина, С. Ю. Шамрина, Е. П. Манчук Проанализированы ключевые понятия, исследованы теоретические вопросы процесса и специфики создания банковского продукта; выделены этапы маркетингового исследования рынка услуг банка;разработана программа действий стратегического управления комплексом маркетинга банковских услуг; выявлены возможности по продвижению платежных карт на определенном сегменте рынка | Финансы и кредит. - 2018. - Т. 24, вып. 6. - С. 1403-1419 | ББК 65.262 |

# Ресурсы удаленного доступа

## Электронно-библиотечная система IPRbooks

1. Николаева, Т. П. Банковский маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т. П. Николаева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Евразийский открытый институт, 2009. — 224 c. — 978-5-374-00276-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10618.html>
2. Золотковский, Ю. С. Банковский маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. С. Золотковский. — Электрон. текстовые данные. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2015. — 236 c. — 978-985-503-518-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67613.html>
3. Банковский менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Э. Рид, Р. Коттер, Х. Култ [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Краснодар : Южный институт менеджмента, 2010. — 53 c. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9781.html>