**Дипломная работа**

**Маркетинг банковских услуг, и роль маркетинга в развитии деятельности банка**

**Стр\_65**

[ВВЕДЕНИЕ](#_Toc102336178)

[1 Теоретические основы организации банковского маркетинга](#_Toc102336179)

[1.1 Сущность и необходимость банковского маркетинга в развитии деятельности банка](#_Toc102336180)

[1.2 Стратегия и приемы банковского маркетинга](#_Toc102336181)

[1.3 Зарубежная практика организации банковского маркетинга](#_Toc102336182)

[2 Действующая практика организации банковского маркетинга на примере](#_Toc102336183)

[2.1 Организационно-экономическая и финансовая характеристика деятельности банка](#_Toc102336184)

[2.2 Анализ комплекса маркетинговых операций в банке](#_Toc102336185)

[2.3 Оценка экономической и социальной эффективности маркетинговой деятельности](#_Toc102336186)

[3 Направления и механизмы совершенствования банковского маркетинга](#_Toc102336187)

[3.1 Рекомендации по повышению эффективности маркетинговой деятельности банка](#_Toc102336188)

[3.2 Мероприятия по внедрению новых инструментов банковского интернет-маркетинга](#_Toc102336189)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ](#_Toc102336190)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ](#_Toc102336191)

# **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Проведённое в рамках данной работы исследование позволило сделать следующие выводы:

Современная концепция банковского маркетинга постоянно развивается и вбирает в себя основные принципы маркетинговых концепций: социально ориентированного маркетинга, гуманистического маркетинга, индивидуального маркетинга и частично экологического маркетинга. Такое развитие сориентировало вектор банковского маркетинга к клиентоориентированному подходу. Так данный подход базируется на основных принципах клиентоориентированного маркетинга, что в свою очередь имеет перекрестные ссылки на перечисленные выше концепции. В основе всего становится удовлетворенность потребностей потребителей и от центрирования процесса создания и реализации услуг через потребительскую призму.

# **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Кулумбетова, Д. Б. Особенности современного банковского маркетинга в Республике Казахстан / Д. Б. Кулумбетова, А. С. Снасапина // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2018. – № 4. – С. 25-30.
2. Жумагулова, А. К. Организация маркетинговой деятельности коммерческих банков (на примере банков второго уровня Республики Казахстан) / А. К. Жумагулова, Б. К. Бимагамбетова // Наука и реальность. – 2020. – № 4. – С. 91-94.
3. Тулембаева А.Н. Банковский маркетинг. Завоевание рынка : Учебное пособие. - 2-е изд., испр. и доп. – Алматы: Триумф «Т», 2007. - 448 с.
4. Момынова, С. А. Банковский маркетинг в Казахстане / С. А. Момынова, Н. П. Сохатская // Вестник университета Туран. – 2018. – № 2(78). – С. 171-176.
5. Порядина И.В. Анализ маркетинговой деятельности коммерческих банков Казахстана // Финансовая аналитика: проблемы и решения. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-marketingovoy-deyatelnosti-kommercheskih-bankov-kazahstana (дата обращения: 14.11.2021).