



Маркетинг Финансовых услуг

Преподаватель: Бойченко Евгений Александрович

Контакты:

Сотовый: +7 (916) 6782224, просьба не злоупотреблять

Описание курса:

Этот курс необычен для Банковского института, как и для банковского сообщества. Цель его заключается в том, чтобы руководитель финансовой организации мог конструктивно строить свои отношения с подразделениями, отвечающими за маркетинг, подрядными организациями и так далее. Главный смысл - видеть потенциал рынка, определять направления главного удара при формировании рыночных инициатив в терминах рыночных сегментов и спроса.

Отдельная часть – творчество, или, как это принято говорить, креатив в рекламной кампании. Мы пытаемся создать условия, при которых руководитель финансовой организации может не столько «проявить свой креатив», сколько унять его, имея более взвешенный и системный подход к качеству этого самого креатива, который должен не столько «нравится ему», сколько решать бизнес-задачи

Цели курса: Познакомиться с современной динамичной экосистемой маркетинга, рассмотреть основные типы маркетинговых стратегий и тактических приёмов

Задачи курса: Прослушав курс, студенты смогут:

- самостоятельно выявлять слабые места в системе маркетинга фирмы;
- выявлять источники конкурентоспособности продуктов и брендов конкурентного окружения
- ставить задачи на целевые исследования;
- читать и понимать документы маркетинговой службы.

Система оценки слушателей

Система оценки базируется на оценки выполнения итогового задания. Окончательная оценка формируется по следующему принципу:

- оценка «отлично» - 8-10 баллов – в случае своевременного правильного выполнения итогового творческого задания
- оценка «хорошо», 6-7 баллов, в случае правильного выполнения итогового творческого задания, но с несоблюдением сроков
- «хорошо» - 6-7 баллов при наличии незначительных содержательных недостатков
- «удовлетворительно» - 4-5 баллов при наличии значительных содержательных

недостатков, показывающих, вместе с тем, что часть работы имеет содержательные достоинства

- «неудовлетворительно» 0-3 балла, при наличии значительных содержательных недостатков, показывающих, что слушатель не усвоил материал, либо не проявил навыки построения причинно-следственных навыков, необходимых в работе управленца, либо в случае не сдачи итогового задания

Процесс обучения и правила поведения

Занятия проходят не в форме лекций, а в виде живого интерактивного обсуждения, которое, однако, требует большой самостоятельной работы студентов вне рамок аудитории.

Любое списывание при подготовке любой работы приводит к тому, что слушатель получает за данную работу 0 баллов. Любая работа должна быть подготовлена самостоятельно.

Посещение занятий

Посещение не является строго обязательным, однако, учитывая, что слушатели будут выполнять на занятиях большой объем работы, без посещения занятий невозможно будет получить хорошую финальную оценку. Отсутствие на занятиях не освобождает от необходимости выполнения итогового задания.

Литература

1. Кошик А., Веб - аналитика 2.0 на практике : тонкости и лучшие методики, 2013г.
2. Бабаев А., Контекстная реклама : учебник, 2013г.
3. Берри Л., Практика управления Mayo Clinic : уроки лучшей в мире сервисной организации, 2013г.
4. Блэкуэлл Р. Д., Поведение потребителей, 2007г.
5. Беквит Г., Продавая незримое: Руководство по современному маркетингу услуг, 2007г.