

УДК 336.02
ББК 65.01
А 49

*Печатается по решению редакционно-издательского совета
Южного федерального университета*

Рецензенты:

*зав. кафедрой прикладной информатики в экономике Южного федерального
университета, профессор, д. э. н. **Матвеева Л. Г.**;*

*зав. кафедрой финансового менеджмента РГЭУ «РИНХ»,
профессор, д. э. н. **Золотарев В. С.***

*Учебное пособие подготовлено и издано в рамках национального проекта
«Образование» по «Программе развития федерального государственного образова-
тельного учреждения высшего профессионального образования
“Южный федеральный университет” на 2007–2010 гг.»*

Алёшин В. А., Зотова А. И., Шевченко Д. А.

А 49

**Финансовый маркетинг: учебное пособие / В. А. Алёшин, А. И. Зотова,
Д. А. Шевченко. – Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2011. – 158 с.**

ISBN 978-5-9275-0809-9

Описано современное состояние и методы осуществления маркетинговой деятельности на основных секторах финансового рынка. Дано целостное представление о видах маркетинговой деятельности на финансовом рынке, возможностях эмитента ценных бумаг управлять финансовыми отношениями с помощью маркетинговых инструментов, об инструментах и методах банковского маркетинга.

Адресовано студентам, магистрантам, аспирантам, преподавателям экономических дисциплин высших учебных заведений, а также широкому кругу лиц, интересующихся теоретическими и прикладными вопросами финансового маркетинга.

ISBN 978-5-9275-0809-9

**УДК 336.02
ББК 65.01**

© Алёшин В. А., Зотова А. И.,
Шевченко Д. А., 2011
© Южный федеральный университет, 2011
© Оформление. Макет. Издательство
Южного федерального университета, 2011

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	6
----------------	---

Модуль I. Концептуальные основы финансового маркетинга	9
---	----------

1.1. Сущность и структура финансового рынка	9
1.2. Маркетинг как философия управления и вид деятельности	11
1.3. Теоретические основы маркетинга как универсальной концепции преодоления рыночных противоречий	18
1.4. Направления использования маркетинга в финансовых отношениях	22
1.5. Виды маркетинговой деятельности на финансовом рынке	24
Проектное задание	28
Тест рубежного контроля № 1	28

Модуль II. Система финансового маркетинга компаний-эмитента	31
--	-----------

2.1. Теоретические основы финансового маркетинга эмитента	31
2.1.1. Понятие и цели финансового маркетинга эмитента	31
2.1.2. Место финансового маркетинга в системе управления предприятием	35
2.1.3. Агентские отношения и информационная асимметрия в процессе финансирования	40
2.1.4. Концепция информационной эффективности финансовых рынков	42
2.2. Маркетинговые исследования рынка ценных бумаг	44
2.2.1. Изучение внешней среды предприятия-эмитента на рынке ценных бумаг	44

2.2.2.	Сегментирование фондового рынка	48
2.2.3.	Изучение внутренней среды в финансовом маркетинге предприятия	54
2.3.	Маркетинг-микс на рынке ценных бумаг	56
2.3.1.	Разработка финансового инструмента	56
2.3.2.	Формирование каналов распределения ценных бумаг	59
2.3.3.	Управление ценообразованием на фондовом рынке	65
2.4.	Коммуникативная политика эмитента на рынке ценных бумаг (Investor Relations)	70
2.4.1.	Понятие и целевые группы инвестор рейтингов	70
2.4.2.	Неличные инструменты коммуникации на фондовом рынке	78
2.4.3.	Личные инструменты инвестор рейтингов	83
2.4.4.	Использование интернет-технологий в инвестор рейтингов	86
2.4.5.	Выбор инструментов и определение содержания коммуникаций	89
	Проектное задание	93
	Тест рубежного контроля № 2	96

Модуль III. Система маркетинга банковских услуг 100

3.1.	Теоретические основы банковского маркетинга	100
3.1.1.	Понятие и классификация банковских услуг	100
3.1.2.	Сущность и особенности банковского маркетинга	105
3.1.3.	Маркетинг партнерских отношений в сфере банковских услуг	111
3.2.	Маркетинговый подход к управлению банковскими услугами	115
3.2.1.	Сегментирование рынка банковских услуг	115
3.2.2.	Управление ассортиментной политикой банка	119
3.2.3.	Позиционирование и управление качеством банковских услуг	125
3.3.	Комплекс банковского маркетинга	128
3.3.1.	Ценообразование на банковские продукты	128

3.3.2. Управление сбытом банковских услуг	131
3.3.3. Коммуникативная политика банка	133
3.4. Современные тенденции в банковском маркетинге.....	139
3.4.1. Организация маркетинговой службы в банке	139
3.4.2. Персональное банковское обслуживание	143
3.4.3. Дистанционное банковское обслуживание	145
Проектное задание	148
Тест рубежного контроля № 3	148
Ключи к тестам	152
Список литературы	153