

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

ВТЮРИН Егор Александрович

**ПРОДВИЖЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ
СРЕДСТВАМИ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
(на примере ОАО «Сбер Банк»)**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
Елсукова Наталья Альбертовна
кандидат социологических наук,
доцент

Минск, 2023

АННОТАЦИЯ

В качестве объекта исследования выступает продвижение инновационных продуктов банковской сферы. Предмет исследования – особенности продвижения инновационных продуктов банковской сферы средствами маркетинговых коммуникаций на белорусском рынке. Цель работы – определить особенности продвижения инноваций в банковской сфере средствами маркетинговых коммуникаций на примере ОАО «Сбер Банк». Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа, синтеза, метод индукции и дедукции, а также частно-научные, используемые в гуманитарной науке (глубинное интервью).

По результатам работы можно утверждать, что средства продвижения банковских инновационных продуктов имеют как преимущества, так и недостатки. По этой причине при продвижении определенного инновационного банковского продукта необходимо учитывать, как ряд характеристик и особенностей самого инновационного банковского продукта, так и бюджеты, целевую аудиторию, стратегию продвижения.

На примере инновационных банковских продуктов ОАО «Сбер Банк» был сделан вывод о том, что каждый продукт и средства его продвижения должны соответствовать специфике продукта и состоянию рынка. Помимо этого, были определены перспективы усовершенствования средств продвижения инновационных банковских продуктов на белорусском рынке, такие как использование мультипликации, организация качественно новых мероприятий для продвижения в офлайн-формате, появление новых форматов рекламных площадей и многие другие.

Научная новизна исследования заключается в востребованности выявления актуальных особенностей продвижения инновационных продуктов банковской сферы средствами маркетинговой коммуникации на белорусском рынке.

Ключевые слова: маркетинговая коммуникация, инновации, банковская сфера Республики Беларусь, ОАО «Сбер Банк».