ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧЕРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ

«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА»

**Факультет бизнеса**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ НА ПРИМЕРЕ «ПРИОРБАНК» ОАО**

ХОДОТОВИЧ Виолетта Александровна

Руководитель

Мельников Николай Кондратьевич,

кандидат экономических наук, доцент

2018

Дипломная работа: 62 с., 9 рис., 11 табл., 22 источника, 8 прил.g

БАНКОВСКИЙ ПРОДУКТ, БАНКОВСКАЯ УСЛУГА, ПРОДВИЖЕНИЕ, ГОЛОСОВАЯ БИОМЕТРИЯ.

**Объектом** данного исследования является организация «Приорбанк» ОАО.

**Предметом исследования** является продвижение банковских продуктов через Контакт-центр «Приорбанк» ОАО.

**Цель работы** – разработка способов повышения уровня продаж и осведомленности клиентов о банковских продуктах, продвижение продуктов «Приорбанк» ОАО.

**Методы исследования:** общенаучные методы исследований: диалектические, системные, аналитические, статистические, математические.

В работе использованы учебные материалы по маркетингу, банковскому делу, а также материалы средств массовой информации, данные объекта исследования и собственные разработки автора.

**Исследования и разработки:** рассмотрены теоретические основы деятельности, связанной с продвижением банковских продуктов: методы и способы рекламы банковских продуктов, классификация банковских продуктов. Проведена оценка деятельности Контакт-центра «Приорбанк» ОАО, разработаны мероприятия по совершенствованию и увеличению уровня продаж и осведомленности клиентов о продуктах «Приорбанк» ОАО.

Технико-экономическая и социальная значимость проведенного исследования заключается в том, что применение его результатов на практике может повысить экономическую эффективность деятельности организации.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствования сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная работа: 62 с., 9 мал., 11 табл., 22 крыніц, 8 дадаткаў.

БАНКАЎСКI ПРАДУКТ, БАНКАЎСКАЯ ПАСЛУГА, ПРАСОЎВАННЕ, ГАЛАСАВАЯ БIЯМЕТРЫЯ.

**Аб’ектам** дадзенага даследавання з’яўляецца арганізацыя «Прыорбанк» ААТ.

**Прадметам** даследавання з’яўляецца прасоўванне банкаўскiх паслуг праз Кантакт-цэнтр «Прыорбанк» ААТ.

**Мэта працы** – распрацоўка спосабаў павышэння ўзроўню продажаў і дасведчанасці кліентаў аб банкаўскіх прадуктах, прасоўванне прадуктаў «Прыорбанк» ААТ.

**Метады даследавання:** агульнанавуковыя метады даследаванняў:, сістэмныя, аналітычныя, статыстычныя, матэматычныя.

У працы выкарыстаные навучальныя матэрыялы па маркетынгу, банкаўскай справе, а таксама матэрыалы сродкаў масавая інфармацыі, дадзеныя аб’екта даследавання і ўласныя распрацоўкі аўтара.

**Даследаванні і распрацоўкі:** разгледжаны тэарэтычныя асновы дзейнасці, звязанай з прасоўваннем банкаўскіх прадуктаў: ​​метады і спосабы рэкламы банкаўскіх прадуктаў, класіфікацыя банкаўскіх прадуктаў. Праведзена ацэнка дзейнасці Кантакт-цэнтра «Прыорбанк» ААТ, распрацаваны мерапрыемствы па ўдасканаленні і павелічэнню ўзроўню продажаў і дасведчанасці кліентаў аб прадуктах «Прыорбанк» ААТ.

Тэхніка-эканамічная і сацыяльная значнасць праведзенага даследавання заключаецца у тым, што прымяненне яго вынікаў на практыцы можа павысіць эканамічную эфектыўнасць дзейнасці арганізацыі.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены в ёй матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсаў, а ўсе запазычанні суправаждаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis: 62 p., Figures 9, Table 11, 22 sources, 8 app.

BANKING PRODUCT, BANKING SERVICES, PROMOTION, VOICE BIOMETRY.

**The object** of this study is the «Priorbank» JCS.

**The study** is promotion of banking products through the Contact Center «Priorbank» JSC.

**The aim** – development of ways to increase the level of sales and awareness of customers about banking products, promotion of Priorbank products.

**Methods of research:** scientific research methods: analytical, statistical, mathematical.

The work uses educational materials on marketing, banking, as well as media materials, research object data and author's own developments.

**Research and development**: the theoretical bases of the activity connected with promotion of bank products are considered: methods and ways of advertising of bank products, classification of bank products. The activity of the Priorbank Contact Center was evaluated, and measures were developed to improve and increase the level of sales and awareness of customers about Priorbank products.

The technical, economic and social significance of the study is that applying its results in practice can increase the economic efficiency of the organization.

The author of the paper confirms that the material in it correctly and objectively reflects the state of the process under investigation, and all borrowings are accompanied by references to their authors.