

УДК 336.71:[005+339.13](470+571)(075.8)  
ББК 65.262.101(2Рос)-21я73-1+65.262.101(2Рос)-32я73-1  
Ж86

Р е ц е н з е н т ы:

д-р экон. наук, проф. *М.М. Максимцов*  
(зав. кафедрой менеджмента ВЗФЭИ);

д-р экон. наук, проф. *Ю.А. Цыпкин*  
(зав. кафедрой маркетинга Государственного университета по землеустройству)

Главный редактор издательства *Н.Д. Эриашвили*,  
кандидат юридических наук, доктор экономических наук,  
лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники

**Жуков, Евгений Федорович.**

**Ж86** Банковский менеджмент: учебник для студентов вузов,  
обучающихся по экономическим специальностям /  
Е.Ф. Жуков. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-  
ДАНА, 2015. — 255 с.

ISBN 978-5-238-01273-5

Агентство СІР РГБ

В учебнике освещены теоретические основы банковского менеджмента. Рассмотрены цели, задачи, принципы, содержание, правовые и методические основы менеджмента и маркетинга в банках. В рамках комплексного управления банковской деятельностью проанализированы управление ликвидностью, пассивными и активными операциями, процентной и инвестиционной политикой, затратами, организационной структурой, материально-технической базой, финансовыми рисками и персоналом банка.

Приведены маркетинговые стратегии банка и специализированных небанковских кредитно-финансовых институтов.

Для студентов, аспирантов и преподавателей экономических специальностей вузов, а также работников банковской сферы.

**ББК 65.262.101(2Рос)-21я73-1+65.262.101(2Рос)-32я73-1**

ISBN 978-5-238-01273-5 © ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 1997, 2007

Принадлежит исключительное право на использование издания.

Воспроизведение всей книги или любой ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в Интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства.

© Оформление «ЮНИТИ-ДАНА», 2007

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>От автора</b>	<b>3</b>
<b>Раздел I. БАНКОВСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ</b>	<b>5</b>
<b>Глава 1. Теоретические основы банковского менеджмента</b>	<b>6</b>
1.1. Теоретические аспекты банковского менеджмента	6
1.2. Цели и задачи банковского менеджмента	8
1.3. Содержание банковского менеджмента	10
1.4. Правовые основы банковского менеджмента	13
1.5. Качество банковского менеджмента и его оценка	14
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	16
<b>Глава 2. Принципы, механизм и методические основы организации банковского менеджмента</b>	<b>17</b>
2.1. Принципы банковского менеджмента	17
2.2. Механизм банковского менеджмента	18
2.3. Разработка целей и стратегий банковского менеджмента	26
2.4. Методические основы организации банковского менеджмента	29
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	37
<b>Глава 3. Аспекты управления банковской деятельностью</b>	<b>38</b>
3.1. Управление ликвидностью банка	38
3.2. Управление активными операциями	47
3.3. Управление пассивами банка	51
3.4. Управление процентной политикой банка	53
3.5. Инвестиционная стратегия и управление портфелем ценных бумаг	57
3.6. Управление затратами банка	87

3.7. Управление организационной структурой банка	94
3.8. Управление материально-технической базой банка	102
3.9. Управление финансовыми рисками коммерческих банков	104
3.10 Управление персоналом	115
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	121
<b>Глава 4. Управление безопасностью коммерческого банка</b>	<b>122</b>
4.1. Содержание и принципы управления безопасностью банка	122
4.2. Оценка кредитоспособности заемщика как метод управления безопасностью банка	131
4.3. Безопасность банковской системы России	135
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	138
<b>Глава 5. Банковский менеджмент в России</b>	<b>139</b>
5.1. Особенности организации банковского менеджмента в России	139
5.2. Анализ практики банковского менеджмента в России	144
5.3. Особенности управления персоналом российских коммерческих банков	149
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	162
<b>Раздел II. БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ</b>	<b>163</b>
<b>Глава 6. Теоретические основы банковского маркетинга</b>	<b>164</b>
6.1. Понятие банковского маркетинга	164
6.2. Цели, принципы, задачи и функции банковского маркетинга	165
6.3. Содержание банковского маркетинга и его элементы	174
6.4. Методы банковского маркетинга	178
6.5. Организация маркетинговой деятельности банка	181
6.6. Маркетинг в российских банках	183
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	190
<b>Глава 7. Банковские продукты и услуги</b>	<b>191</b>
7.1. Понятие и характеристика банковских продуктов и услуг	191
7.2. Разработка и внедрение банковских продуктов и услуг	195
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	197
<b>Глава 8. Маркетинговые стратегии банка</b>	<b>198</b>
8.1. Сегментация банковского рынка	198
8.2. Управление спросом	208
8.3. Конкурентная стратегия банка	211

8.4. Ценовая стратегия банка	217
8.5. Стратегии маркетинговых коммуникаций банка	223
8.6. Стратегии продаж банковских продуктов и услуг	232
8.7. Маркетинг клиентской базы	241
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	243
<b>Глава 9. Маркетинг специализированных небанковских кредитно-финансовых институтов</b>	<b>244</b>
9.1. Страховой маркетинг	244
9.2. Маркетинговые стратегии пенсионных фондов	247
9.3. Маркетинговые стратегии инвестиционных компаний	248
9.4. Маркетинговые стратегии ссудосберегательных ассоциаций	249
9.5. Маркетинговые стратегии финансовых компаний	251
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	251
<b>Библиографический список</b>	<b>252</b>