

УДК 336.71:368 (075.8)

ББК 65.262.5-23я73

П 37

Рецензент – доктор экономических наук, профессор Лапаева М.Г.

Авторы: Л.М. Садыкова, Е. В. Коробейникова, В.В. Владимиров, Л.А. Зотова, О.Ю. Донецкова

П 37      Планирование и продажи банковских и страховых продуктов: учебное пособие / Л. М. Садыкова, Е. В. Коробейникова, В.В. Владимиров, Л.А. Зотова, О.Ю. Донецкова; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург : ОГУ, 2015. – 309 с.  
**ISBN 978-5-7410-1326-7**

Учебное пособие разработано для углубления теоретических знаний в области банковского дела и страхования. В учебное пособие включены вопросы, тесты и список рекомендуемой литературы, используемые для организации аудиторной и самостоятельной работы студентов.

Учебное пособие предназначено для самостоятельной работы студентов, обучающихся по программам высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, а также для преподавателей.

УДК 336.71:368 (075.8)

ББК 65.262.5-23я73

**ISBN 978-5-7410-1326-7**

© Садыкова Л.М., Коробейникова Е.В.,  
Владимиров В.В., Зотова Л.А.,  
Донецкова О.Ю., 2015  
© ОГУ, 2015

## Содержание

Введение.....	7
1     Банковский и страховой рынок.....	9
1.1   Сущность банковского дела.....	9
1.2   Банковский рынок, его структура и участники.....	11
1.3   Банковские продукты, их виды.....	18
1.4   Технологии продажи банковских продуктов.....	24
1.5   Государственное регулирование банковской деятельности.....	27
1.6   Перспективы развития банковского рынка.....	31
1.7   Сущность страхования, его формы и виды.....	35
1.8   Рынок страхования услуг, его структура и функции.....	41
1.9   Участники страхового рынков.....	46
1.10   Государственное регулирование страховой деятельности в РФ.....	57
1.11   Анализ развития российского страхового рынков.....	61
Контрольные вопросы.....	78
2     Конкуренция в сфере банковской и страховой деятельности.....	79
2.1   Понятие банковской и страховой конкуренции и ее виды.....	79
2.2   Факторы конкурентности банковского и страхового рынков.....	85
2.3   Конкурентоспособность банков и страховых компаний, подходы к ее рассмотрению, определяющие факторы.....	92
2.4   Характеристики банковского и страхового продукта, влияющие на его конкурентоспособность.....	102
2.5   Расширение ассортимента банковских и страховых продуктов – элемент конкурентной борьбы.....	108
Контрольные вопросы.....	113
3     Маркетинг и планирование продаж банковских и страховых продуктов....	115
3.1   Цели и функции маркетинга.....	115

3.2	Формирование маркетинговых стратегий и их классификация.....	118
3.3	Банковский и страховой маркетинг, понятие и содержание.....	122
3.4	Направление деятельности банковского и страхового маркетинга.....	131
3.5	Маркетинг как специфическая функция управления банковской и страховой деятельностью.....	143
3.6	Структура управления маркетинговой деятельностью банка и страховой компании.....	147
3.7	Маркетинг и планирование банковской и страховой деятельности.....	150
3.8	Стратегическое планирование.....	154
	Контрольные вопросы.....	157
4	Страховой продукт и его экономическое содержание.....	159
4.1	Страховой продукт и страховая услуга.....	159
4.2	Критерии и классификация страхового продукта и его виды.....	164
4.3	Каналы сбыта страховых продуктов.....	168
4.4	Продвижение банковского и страхового продукта.....	173
4.5	Функции, выполняемые участниками продвижения банковских и страховых продуктов.....	180
4.6	Цели продвижения банковских и страховых продуктов и факторы, влияющие на выбор канала их продвижения.....	182
	Контрольные вопросы.....	184
5	Потребительские свойства банковского и страхового продукта.....	185
5.1	Банковский продукт: понятие и особенности.....	185
5.2	Страховой продукт на рынке страховых услуг.....	188
5.3	Цена банковского и страхового продукта.....	190
5.4	Качество банковского и страхового продукта.....	199
	Контрольные вопросы.....	205
6	Процесс разработки нового и модернизация банковского и страхового продукта.....	206
6.1	Исследование банковского и страхового продукта.....	206
6.2	Этапы разработки и вывода на рынок нового банковского и страхового	

продукта.....	209
6.3 Участники создания нового банковского и страхового продукта.....	213
6.4 Новый продукт, его восприятие на банковском и страховом рынках.....	215
6.5 Жизненный цикл и динамика банковского и страхового продукта.....	218
Контрольные вопросы.....	224
7 Управление взаимоотношениями с клиентами страховой компании.....	226
7.1 Устойчивое партнерство с потребителем, как особая форма экономической интеграции.....	226
7.2 Личные качества представителя финансового посредника, как условие формирования устойчивого партнерства с его клиентами.....	230
7.3 Способы поиска потенциального клиента и построения делового взаимоотношения с ним.....	234
7.4 Новые методы управления финансовым посредником со потребителем. Развитие CRM-систем в банках и страховых компаниях.....	238
Контрольные вопросы.....	242
8 Имидж и бренд банка и страховой компании.....	244
8.1 Имидж банка и страховой компании как фактор его конкурентоспособности.....	244
8.2 Методы оценки и составляющие имиджа финансового посредника.....	248
8.3 Экономическое содержание понятий: торговая марка, товарный знак, бренд.....	250
8.4 Структура бренда. Этапы создания бренда банка и страховой компании	258
Контрольные вопросы.....	261
9 Коммуникационная политика страховой компании.....	263
9.1 Коммуникационная политика. Теории покупательского поведения.....	263
9.2 Средства коммуникаций банка и страховой компании.....	269
9.3 Подходы к бюджетированию коммуникативной деятельности.....	277
9.4 Факторы, влияющие на состояние и развитие коммуникативного комплекса коммуникаций.....	282
9.5 Маркетинговые исследования и коммуникационная политика.....	288

9.6 Виды и способы рекламы. Каналы коммуникаций рекламной кампании....	293
Контрольные вопросы.....	299
Список использованных источников.....	301
Приложение А Банковские рынки сбыта и банковские отрасли.....	306
Приложение Б Классификация страхования по объектам страхования (отраслевая классификация).....	307
Приложение В Маркетинговые исследования под новый и действующий страховой продукт.....	309