

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐH CÔNG NGHIỆP TP.HCM
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH**

GIÁO TRÌNH
MARKETING
NGÂN HÀNG

TS. BÙI VĂN QUANG

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Marketing ngân hàng

Tác giả: NGUYỄN, TS Nguyễn Thị Minh Hiền
NXB Thống Kê năm 2003

2. Marketing ngân hàng

Tác giả: Trịnh Quốc Trung, NXB Thống Kê - 2008

3. Nguyên lý tiếp thị

Tác giả: Phillip kotler, NXB Thống Kê - 2007

CHƯƠNG 1: MỘT SỐ VẤN ĐỀ CHUNG VỀ MARKETING NGÂN HÀNG

1.1. KHÁI NIỆM

1.2. VAI TRÒ CỦA MARKETING NGÂN HÀNG

1.3. MỤC TIÊU CỦA MARKETING NGÂN HÀNG

1.4. ĐẶC TRƯNG CỦA MARKETING NGÂN HÀNG

1.5. CHỨC NĂNG CỦA MARKETING NGÂN HÀNG

1.1. KHÁI NIỆM

Marketing ngân hàng là phương pháp quản trị tổng hợp dựa trên cơ sở *nhận thức* về *môi trường kinh doanh*; những *hành động* của ngân hàng *nhằm đáp ứng* tốt nhất *nhu cầu của khách hàng*, phù hợp với sự biến động của môi trường. Trên *cơ sở đó* mà *thực hiện* các *mục tiêu* của ngân hàng.

1.1. KHAI NIỆM

- Marketing ngân hàng là toàn bộ *những nỗ lực* của ngân hàng *nhằm thỏa mãn nhu cầu* của khách hàng và *thực hiện* các *mục tiêu lợi nhuận* cho doanh nghiệp.
- Marketing ngân hàng là một *tập hợp các hành động khác nhau* của ngân hàng nhằm *hướng mọi nguồn lực* hiện có của ngân hàng *vào việc phục vụ tốt hơn nhu cầu* khách hàng, trên cơ sở đó mà thực hiện các mục tiêu của ngân hàng.

1.2. VAI TRÒ CỦA MARKETING NGÂN HÀNG

1.2.1. Marketing ngân hàng tham gia vào việc giải quyết những vấn đề kinh tế cơ bản của hoạt động kinh doanh ngân hàng

- ❑ Ngân hàng thương mại là một tổ chức kinh doanh tiền tệ trên thị trường tài chính.
- ❑ Ngân hàng là công cụ chính trong việc thực hiện phân bổ vốn và cung cấp dịch vụ tài chính cho nền kinh tế.
- ❑ Hoạt động ngân hàng *gắn liền với sự phát triển của nền kinh tế* và trở thành một bộ phận quan trọng trong cơ chế vận hành nền kinh tế của mỗi quốc gia.
- ❑ Với sự *hỗ trợ đắc lực của công cụ marketing*, các ngân hàng đã giải quyết những vấn đề cơ bản của hoạt động kinh doanh.

1.2. VAI TRÒ CỦA MARKETING NGÂN HÀNG

- ❑ Phải **xác định sản phẩm dịch vụ** mà ngân hàng cung ứng ra thị trường. Bộ phận marketing sẽ giúp ngân hàng giải quyết tốt vấn đề này như sau:
 - Tổ chức **thu thập thông tin** thị trường
 - **Nghiên cứu hành vi** tiêu dùng
 - **Cách thức sử dụng** sản phẩm dịch vụ
 - **Sự lựa chọn ngân hàng** của khách hàng
 - Nghiên cứu xác định nhu cầu sản phẩm dịch vụ ngân hàng của **khách hàng cá nhân** và **khách hàng tổ chức**
- => Đây là những vấn đề kinh tế quan trọng vì nó sẽ là cơ sở để **quyết định phương thức hoạt động**, kết quả hoạt động và khả năng cạnh tranh của mỗi ngân hàng trên thị trường.