ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ…………………………………………………………………….….3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ ОРГАНИЗАЦИИ………………………………………………………..6
	1. Характеристика процесса продвижения продукции и услуг……..6
	2. Элементы комплекса продвижения продукции и услуг…………..8
	3. Виды стратегий продвижения продукции и услуг на рынке……..18
	4. Особенности развития услуг потребительского кредитования…. 25
2. АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО – ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ЗАО «БАНК РУССКИЙ СТАНДАРТ»………………………………………………36
	1. Общая характеристика организации………………………………..36
	2. Анализ организации управления……………………………………40
	3. Управленческий анализ деятельности организации……………....43
	4. Оценка финансового состояния по результатам потребительского кредитования…………………………………………………………48
	5. Маркетинговый анализ деятельности организации……………….58
	6. Выводы по анализу социально – экономического состояния организации…………………………………………………………..70
3. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ УСЛУГ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ…………………………………..72
	1. Характеристика целей и стратегии продвижения продукции…….72
	2. Мероприятия по развитию и продвижению услуг потребительского кредитования…………………………………………………………75
	3. Экономическое обоснование предлагаемых мероприятий……….85

ЗАКЛЮЧЕНИЕ……………………………………………………………….…89

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ……………………………94

ПРИЛОЖЕНИЯ………………………………………………………………….97