

Відгук

наукового керівника д. е. н., проф. Реверчука С.К. на дипломну роботу студента групи Екбм-21с Барана Максима Васильовича на тему: «Банківський маркетинг в умовах цифровізації економіки України»

Актуальність теми є високою, так як банківський маркетинг є чинником функціонування і розвитку сучасного банківського бізнесу, особливо в умовах російсько-української війни та цифровізації економіки.

Робота написана за класичною структурою: вступ, 3 розділи, 9 підрозділів, висновки, список літератури, додатки.

У першому розділі з'ясовано сутність цифрового банківського маркетингу і маємо його аналіз та інструменти цифрового маркетингу. Цей розділ за своїм змістом є якісним та заслуговує високої оцінки. Обсяг першого розділу 15 сторінок.

У другому розділі розглянуто особливості банківського маркетингу в сучасній Україні. Передусім автор розглядає хмарні технології у банківському маркетингу, маркетингові інструменти просування банківських послуг у соціальних мережах. Okремо досліджено особливості сегментації вітчизняного банківського ринку в умовах цифровізації економіки. Загалом другий розділ є добротним.

У третьому розділі розкрито перспективні напрями розвитку банківського маркетингу в умовах цифровізації економіки України. На думку автора, першочерговими та актуальними є такі три напрями: мінімізація банківських маркетингових ризиків, формування науково обґрунтованої стратегії розвитку банківського маркетингу, вивчення іноземного досвіду (теоретичного та практичного) розвитку цифрового застосування.

Висновки автора є змістовними і правильно сформульовані.

Вважаю, що дана робота написана на високому науковому рівні, належно оформлена, вчасно подана для рецензування, сумлінно допрацьована згідно зауважень та рекомендацій наукового керівника і заслуговує оцінки «відмінно».

Науковий керівник,
д. е. н., професор

Реверчук С.К.

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну (магістерську) роботу студента 2-го курсу
освітньої програми 072 «Банківський бізнес і фінансові технології»

Барана Максима Васильовича

на тему: «Банківський маркетинг в умовах цифровізації економіки
України»

Відомо, що банківський маркетинг є ефективним інструментом збереження попиту на банківські продукти та підтримання кредитної активності на ринку фінансових послуг.

Виходячи з цього, тема магістерської роботи є актуальною і важливою, особливо у період активної цифровізації економіки України та переходу банків на цифрові канали для просування продуктів та послуг.

У магістерській роботі витримана і представлена основна її структура, яка вбирає в себе актуальність, мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження, елементи наукової новизни та практичну значущість. Висновки, зроблені автором, цілком відображають зміст магістерського дослідження, є чіткими, логічно послідовними і науково обґрунтованими.

Відзначимо, що студентом визначено та описано найефективніші інструменти цифрового банківського маркетингу, а також розібрано передовий досвід використання цифрових технологій у маркетинговій діяльності іноземними банківськими установами, що дасть змогу підвищити результативність просування продуктів і послуг для вітчизняного банківського сектору.

Недоліком роботи є вузький опис методів зниження маркетингових ризиків. Проте він не впливає на позитивне враження від роботи.

Кваліфікаційна (магістерська) робота є самостійним науковим дослідженням. Тема роботи розкрита, поставлена мета досягнута, вирішені поставлені завдання. Зміст кваліфікаційної роботи вказує на гарну обізнаність студента з даною проблемою. Отримані результати мають теоретичне і практичне значення для вітчизняних банківських установ.

Кваліфікаційна (магістерська) робота виконана у відповідності із завданням з дотриманням всіх вимог. Робота заслуговує оцінки «відмінно».

Рецензент:

Керуємий ТББВ Дро18/033 Локалізський А.І. Коваленко

