

■ КОНТАКТНА ІНФОРМАЦІЯ

ПІБ: **Маслова Наталя Олександрівна**
к.е.н., доцент, доцент кафедри банківської справи
E-mail: 9972 @ ukr.net
Є акаунт у соціальній мережі «Facebook»

■ КВАЛІФІКАЦІЯ

Київський національний торговельно-економічний університет

захист дисертації на здобуття наукового ступеню к.е.н.

Тема дисертації «Підвищення ефективності маркетингових комунікацій банку»

Науковий керівник к.е.н., проф. Ортинська В.В.

■ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ

Навчання у Британській Академії MBA SIC let's study (2014-2015 pp.) на програмі General та отримання міжнародного диплому MBA SIC.

Підвищення кваліфікації з 01.11.2010-14.11.2010 у компанії ПАРУС (Сертифікат корпорації ПАРУС)

Проходження тренінгової програми Міжнародної маркетингової групи у 2014 р. (Сертифікат ММГ №19)

Дистанційне навчання у 2014 по експрес-тренінговій програмі SEO (Сертифікат інтернет-школи маркетингу ЕМРО).

Стажування протягом 2001-2014 pp. у банківських установах та лізингових компаніях (АУБ, Укрсоцбанк, Надра, Перший професійний банк, Укрібанк, Финанси і кредит, УніКредитЛізинг).

■ ДОСВІД РОБОТИ

Київський національний торговельно-економічний університет

Наукова та педагогічна діяльність:

асистент, старший викладач, доцент

■ ДИСЦИПЛІНИ, ЯКІ ВИКЛАДАЮТЬСЯ

Маркетингу у банку, Банківський менеджмент, Маркетинг фінансових послуг, Конкурентоспроможність фінансових установ

■ СФЕРА НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Фундаментальні і прикладні дослідження у сфері маркетингових у банку та розроблення на цій основі напрямів і методів розвитку маркетингових інструментів банку, бренд-менеджменту банку для запровадження в діяльність підприємств цієї сфери

■ ПЕРЕЛІК НАЙВАГОМІШИХ ПРАЦЬ

Навчальні посібники:

1. Маслова Н.О. Маркетинг у банку: навчальний посібник / Н.О. Маслова. – К. : Київ. нац. торг.-економ. ун-т, 2012. – 320 с.

Наукові статті

1. Maslova N. Leadgeneration as a part of the customer orientation of a bank // Herald of KNUTE/ - 2013. - № 6. – с. 84-96 (**фахове видання**).

2. Маслова Н.А. «Особенности применения социомедийных стратегий банков Украины» // Сборник «Региональная экономика: проблемы и перспективы развития в современных условиях». - Россия, г. Невинномысск- 2014 – С. 48-54.

3. Маслова Н.О. Процес сегментації як основа розробки програм маркетингових комунікацій банку Вісник Львівської державної фінансової академії (випуск „Економічні науки”).–2005. -№6. – С. 273-280. **(фахове видання)**
4. Маслова Н.О. Методичні підходи до сегментації клієнтської бази банку (стаття) Зб. наук. праць Укр. акад. банк. справи. – Т.10. – Суми: ВВП “Мрія -1” ЛТД, 2006. – С. 129–135. **(фахове видання)**
5. Маслова Н.О. Якість обслуговування клієнтів – основа клієнтської політики банку // Вісник КНТЕУ. Науковий журнал - 2008. - № 5. – с. 111-117 **(фахове видання)**
6. Маслова Н.О. Якість обслуговування клієнтів як запорука конкурентоспроможності банку» Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – 2011. - Випуск № 3 (16). - С. 56-64 **(фахове видання);**
7. Підходи до визначення конкурентних бренд-стратегій банків України // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. - Спец. вип. Маркетингова освіта в Україні. - К.: КНЕУ, 2011. - 706, [6] – С. 269 - 279 **(фахове видання)**
8. Актуальні проблеми та перспективи депозитної діяльності банків на ринку роздрібних послуг Збірник наукових праць ХІБС УСБ НБ – Випуск 1 (10) . -2011. – С. 53-60 **(фахове видання)** – співавтор Песляк О.
9. Актуальные вопросы управления репутационным риском банка // Науковий збірник Казанського економічного університету. - 2013 р. - № 6 **(фахове видання)**
10. Підходи до побудови системи бренд-менеджменту у банках України \ «Економіка ринкових відносин». - 2013. -№ 8 -. С. 42-46 **(фахове видання)**.
11. Маслова Н.О., Каушан А. М. Шляхи розширення функціональних можливостей вітчизняних банків у соціальних мережах / Н.О. Маслова / Науковий журнал «Молодий вчений» . – 2015. - № 2. – С. 67-76 **(фахове видання);**
12. Маслова Н.О., Дідик А. В. Теоретичні аспекти обслуговування корпоративних клієнтів банку/ Н.О. Маслова / Науковий журнал «Молодий вчений» . – 2015. - № 7 (22). – С. 87-92 **(фахове видання)**.