

Ewolucja produktów i usług bankowości detalicznej w Polsce w latach 90-tych

praca magisterska

Uniwersytet Warszawski, Wydział Zarządzania, Magisterskie Studia Menedżerskie

SPIS TREŚCI

Wstęp

Rozdział I – Bank i produkt bankowy

1.1. Bank i jego rola

1.2. Produkt bankowy – jego cechy i rodzaje

1.3. Szczególne cechy produktów i usług bankowych

1.4. Charakterystyka produktów i operacji bankowych

Rozdział II – Rozwój usług bankowych w Polsce i na świecie

2.1. Najważniejsze przemiany wpływające na działalność banków

2.2. Polityka i strategia produktu bankowego

2.2.1. Kreowanie nowego produktu bankowego

2.2.2. Cykl życia produktu bankowego i jego rodzaje

2.2.2. Strategie marketingowe banku

2.3. Sprzedaż produktów i usług bankowych oraz ich kanały dystrybucji

2.3.1. Klasyczne oraz nowoczesne kanały dystrybucji

2.3.2. Skutki zmian w sposobach dystrybucji produktów bankowych

Rozdział III – Wzbogacenie oferty produktowej banków w latach 1990 – 2002

3.1. Przemiany w ofercie produktowej dla klientów detalicznych na przykładzie Banku Handlowego w Warszawie

3.2. Rozkwit nowych produktów i usług bankowości detalicznej

3.3. Porównanie ofert banku polskiego i zagranicznego

Podsumowanie

Bibliografia

Wykaz tabel i wykresów

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis