

Marketing bankowy na przykładzie Banku Gospodarki Żywnościowej S.A.

Jeśli potrzebują Państwo więcej informacji o tej pracy, to proszę pisać - [kontakt](#)

praca magisterska

Akademia Górniczo-Hutnicza im. St. Staszica w Krakowie

Wstęp 2

I. Marketing bankowy 4

1.1 Istota marketingu bankowego 4

1.2 Strategia usług bankowych 11

1.3 Kryteria segmentacji rynku usług bankowych 17

II. Narzędzia marketingu bankowego 23

2.1 Istota produktu bankowego 23

2.2 Bankowość internetowa 36

2.3 Polityka cenowa usług bankowych 39

2.4 Kanały dystrybucji 45

2.5 Promocja 49

2.6 Rola personelu w obsłudze klienta 56

III. Charakterystyka Banku Gospodarki Żywnościowej S. A. 58

3.1 Historia Banku 58

3.2 Misja Banku 63

3.3 Struktura organizacyjna 64

3.4 Klienci Banku 67

3.5 Wyniki finansowe i pozycja rynkowa 69

IV. Działanie marketingowe

BGŻ S. A. 72

4.1 Produkty i usługi oferowane przez BGŻ S. A. 74

4.2 Polityka cenowa usług bankowych

BGŻ S. A. 89

4.3 System dystrybucji usług bankowych BGŻ S. A. 93

4.4 Bankowość elektroniczna

BGŻ S.A. 95

4.5 Promocja usług bankowych

BGŻ S. A. 98

4.6 Rola personelu w obsłudze klienta 101

Zakończenie 102

Załączniki 105

Spis tabel i rysunków 113

Bibliografia 114

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