Oczekiwania klientów a zarządzanie jakością usług bankowych na przykładzie Banku

praca magisterska Akademia Ekonomiczna Wrocław 2004

WSTĘP 4
1. ZACHOWANIA KLIENTÓW 6
1.1. Istota i uwarunkowania wewnętrzne zachowania klientów z punktu widzenia marketingu 6
1.2. Czynniki kształtujące zachowania konsumentów 13
1.2.1. Czynniki ekonomiczne 13
1.2.2. Czynniki społeczno – kulturowe 19
1.2.3. Czynniki psychiczne 26
1.3. Modele zachowań konsumentów 27
1.4. Procesy podejmowania decyzji przez konsumenta 33
2. USŁUGI BANKOWE JAKO PRZEDMIOT ZARZĄDZANIA MARKETINGOWEGO 36
2.1. Charakterystyka działalności gospodarczej banku 36
2.2. Produkt bankowy, jego cechy i funkcje 41
2.3. Instrumenty kształtujące zarządzanie produktami bankowymi w warunkach konkurencji 48
2.3.1. Kształtowanie cen usług bankowych 50
2.3.2. Dystrybucja usług bankowych 53
2.3.3. Promocja banku i jego oferty produktowej 57
3. KSZTAŁTOWANIE POLITYKI JAKOŚCI PRODUKTU 60
3.1. Definicja jakości usług 60
3.2. Jakość usług jako element kosztów i użyteczności 69
3.3. Oczekiwania klientów a jakość usług bankowych 72
3.4. Wybrane metody pomiaru i doskonalenia jakości usług 77
4. ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ USŁUG W BANKU PKO BP S.A. 80
4.1. Charakterystyka działalności banku 80
4.2. Miejsce klienta w strategii Banku PKO BP S.A. 88

4.3. Analiza realizacji celów strategicznych banku dotycząca jakości obsługi klienta 91
4.3.1. Segmentacja rynku 92
4.3.2. standardy jakości 97
4.3.3. wyspecjalizowane usługi bankowe 99
ZAKOŃCZENIE 113

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis