Promocja nowych produktów w warunkach konkurencji sektora bankowego

MAGISTERSKA SPOŁECZNA WYŻSZA SZKOŁA ZARZĄDZANIA W ŁODZI

Wstęp
Rozdział I
System bankowy jako segment gospodarki rynkowej
1. Banki i ich rola w gospodarce
2. System bankowy w Polsce
2. 1. Bankowość komercyjna
2. 2. Regulacyjna rola banku centralnego
3. Konkurencyjność sektora bankowego
3. 1. Przesłanki i skutki konkurencji
3. 2. Innowacyjność produktów
3. 3. Aktywne formy sprzedaży produktu
Rozdział II
Marketing w działalności banku
1. Elementy marketingu mix w usługach banku
2. Produkt bankowy
3. Znaczenie produktów bankowych
4. Dystrybucja produktów bankowych
5. Promocja jako strategia komunikowania się z rynkiem
6. Reklama
7. Public relations
Rozdział III
Empiryczna analiza działań marketingowych na przykładzie banku Pekao SA
1. Charakterystyka banku
2. Organizacja działań marketingowych
3. Badania marketingowe
4. Marketingowa promocja nowych produktów
4. 1. Akcja promocyjna nowego produktu – bonu Profit

4. 2. Akcja promocyjna nowego produktu – Eurokonta
Zakończenie
Bibliografia
Spis wykresów
Spis tabel

PRACA MA 137 STRON

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