

Promocja nowych produktów w warunkach konkurencji sektora bankowego

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

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