

Strategie marketingowe w działalności banku na podstawie BGŻ

Praca licencjacka obroniona w Wyższej Szkole Handlowej w Kielcach. Ma 96 stron.

Wstęp

Rozdział I Rola marketingu w działalności banków.

1.1 Marketing usług bankowych, istota, ewolucje, znaczenie

1.2 Instrumenty marketingu-mix w działalności banków

1.3 Organizacja marketingu w bankach

1.4 Strategie marketingowe w działalności banków – rodzaje, charakterystyka

Rozdział II Charakterystyka działalności BGŻ S.A.

2.1 Rynek usług bankowych w Polsce

2.2 Powstanie i rozwój BGŻ S.A. Oddział w Kielcach

2.3 Struktura organizacyjna i charakter zasobów wewnętrznych BGŻ S.A. Oddział w Kielcach

2.4 Obszary działalności banku BGŻ S.A. Oddział w Kielcach

Rozdział III Koncepcja marketingowego działania banku BGŻ S.A. Oddział w Kielcach.

3.1 Miejsce marketingu w strukturze organizacyjnej banku BGŻ S.A. Oddział w Kielcach

3.2 Strategiczne planowanie marketingowe w BGŻ S.A. Oddział w Kielcach

3.3 Wykorzystanie narzędzi marketingowych przez BGŻ S.A. Oddział w Kielcach

3.4 Ocena i kierunki zmian w strategii marketingowej banku BGŻ S.A. Oddział w Kielcach

Zakończenie

Biografia
Spis tabel
Spis rysunków
Załączniki

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