

Działalność marketingowa banku na przykładzie oddziału Pekao S.A.

Wstęp

Rozdział I

Marketing bankowy w ujęciu teoretycznym

1.1. Istota i cele marketingu w bankowości

1.2. Elementy marketingu mix(5P)

1.2.1. Produkt (produkt)

1.2.2. Cena (price)

1.2.3. Dystrybucja (place)

1.2.4. Promocja (promotion)

1.2.5. Ludzie (people)

Rozdział II.

Działalność marketingowa banku

2.1. Reklama w banku

2.1.1. Reklama prasowa

2.1.2. Reklama radiowa

2.1.3. Reklama telewizyjna

2.1.4. Reklama internetowa

2.2. Aktywizacja sprzedaży

2.3. Sprzedaż osobista

2.4. Public relations i sponsoring

Rozdział III

Działania marketingowe w oddziale Pekao S.A.

- 3.1. Charakterystyka Banku Pekao S.A.
- 3.2. Funkcje i zadania działu marketingu banku PKO BP
- 3.3. Reklama jako najskuteczniejsze narzędzie promocji banku
 - 3.3.1. Kampanie reklamowe banku
 - 3.3.2. Wydatki reklamowe w latach 2011- 2012
- 3.4. Sponsoring w latach 2010-2013

Zakończenie

Bibliografia

Pozycje książkowe

Strony internetowe

Spis rysunków

Spis tabel