

# **Marketing-mix w działalności usługowej na podstawie Banku Przemysłowo-Handlowego S.A.**

**Wstęp..... .5**

## **Rozdział I**

**Rola marketingu w działalności przedsiębiorstwa na rynku usługowym.....7**

1.1 Geneza i istota marketingu.....7

1.2 Specyfikacja marketingu usług.....9

1.3 Koncepcje marketingu-mix.....13

## **Rozdział II**

**Podstawowe instrumenty marketingu-mix w działalności bankowej.....20**

2.1 Organizacja służb marketingowych banku.....20

2.2 Produkt jako centralny element marketingu-mix.....25

2.3 Polityka cenowa.....30

2.4 Dystrybucja.....33

2.5 Promocja i rola personelu w obsłudze klienta.....37

## **Rozdział III**

**Charakterystyka oraz Instrumenty Marketingu-mix w działalności Banku Przemysłowo-Handlowego jako obiektu badan.....45**

3.1 Powstanie i rozwój BPH S.A.....45

3.2 Funkcje i zasady działania banków.....46

3.3 Przedmiotowy zakres działalności BPH S.A.....48

3.4 Struktura organizacyjna BPH S.A.....50

3.5 Wyniki finansowe oraz pozycja banku BPH S.A. na rynku usług bankowych.....	55
3.6 Analiza produktów BPH S.A.....	61
3.7 Ceny usług bankowych w BPH S.A.....	71
3.8 System dystrybucji usług bankowych BPH S.A.....	76
3.9 Promocja BPH S.A. oraz polityka banku dotycząca jego personelu.....	80

**Zakończenie.....**93

**Bibliografia.....**95

**Spis rysunków.....**97

**Spis tabel.....**97

**Spis wykresów.....**98

**Załączniki.....**99