

Miejsce kart płatniczych w strategii marketingowej banku Pekao S.A.

Wstęp

Rozdział 1

Rola kart płatniczych we współczesnym świecie.

- 1.1. Narodziny i rozwój plastikowego pieniądza.
- 1.2. Ewolucja kart płatniczych w Polsce.
- 1.3. Zagrożenia wynikające z posiadania kart
- 1.4. Innowacje w obszarze płatności bezgotówkowej.

Rozdział 2

Marketing produktów i usług bankowych.

- 2.1. Geneza, rozwój i pojęcie marketingu.
- 2.2. Zastosowanie marketingu w działalności bankowej.
- 2.3. Strategia marketingowa – istota, treść i charakterystyka pojęcia.
- 2.4. Koncepcja marketingu – mix w strategii marketingowej banku.

Rozdział 3

Karty płatnicze wyznacznikiem polityki produktowej w strategii marketingowej banku Pekao S.A.

- 3.1. Charakterystyka banku Pekao S.A i jego strategii marketingowej.
- 3.2. Struktura korzystania z podstawowych usług finansowych i płatniczych przez klientów banku.
- 3.3. Analiza wpływu instrumentów marketingowych na klientów banku Pekao S.A.
- 3.4. Znaczenie i przyszłość kart płatniczych w kontekście przeprowadzonych badań.

Zakończenie.

Streszczenie.

Bibliografia.

Spis wykresów i rysunków.

Załączniki.