

Produkty Banku Spółdzielczego jako jeden z elementów marketingu mix.

Rozdział I

Istota i znaczenie marketingu bankowego

- 1.1 Pojęcie marketingu
- 1.2 Marketing w działalności bankowej
- 1.3 Badania marketingowe i ich etapy
- 1.4 Marketing mix i jego elementy

Rozdział II

Przedstawienie sektora bankowego

- 2.1 Rys historyczny Banku Spółdzielczego w Jasienicy
- 2.2 Prawne podstawy działalności Banku oraz jego struktura organizacyjna
- 2.3 Katalog produktów bankowych

Rozdział III

Działalność oszczędnościowa i kredytowa

- 3.1 Rodzaje oferowanych depozytów
- 3.2 Zasady udzielania kredytów
 - 3.2.1 Kredyty konsumpcyjne dla osób fizycznych
 - 3.2.2 Kredyty na indywidualne budownictwo mieszkaniowe
 - 3.2.3 Kredyty na działalność gospodarczą
 - 3.2.4 Kredyty rolnicze
- 3.3 Polityka depozytów i kredytów jako podstawowych produktów bankowych