

Promocja usług bankowych jako element marketingu bankowego.

Wstęp3

Rozdział I.

Marketing w działalności bankowej.5

1.1 Pojęcie marketingu usług bankowych.5

1.2 Ewolucja marketingu bankowego.8

1.3 Marketing-mix w banku.13

Rozdział II.

Rynek usług bankowych.22

2.1 Bank a otoczenie rynkowe.22

2.2 Pojęcie i wytwarzanie usługi bankowej.27

2.3 Rodzaje usług bankowych.32

Rozdział III.

Promocja produktów bankowych.38

3.1 Popieranie sprzedaży.38

3.2 Sprzedaż osobista jako forma promocji usług bankowych.
.....40

3.3 Reklama produktów bankowych.41

3.4 Public relations w promocji.45

3.5 Sponsoring.47

Rozdział IV.

Nowoczesne formy promocji i komunikacji z klientem.49

4.1 Marketing w Internecie.	49
4.2 Reklama na stronach WWW.	56
4.3 Banki w sieci.	61

Podsumowanie.	65
---------------------------	-----------

Bibliografia.	66
---------------------------	-----------

Spis tabel.	68
-------------------------	-----------

Spis rysunków.	69
----------------------------	-----------