

Promocja usług bankowych na przykładzie banku PKO BP.

Rozdział I.

Istota i klasyfikacja usług.

1. Charakterystyka usług i ich znaczenie marketingowe.....3
2. Specyfika usług bankowych.....6

Rozdział II.

Miejsce promocji w marketingu (marketing-mix)

1. Produkt.....18
2. Cena.....20
3. Dystrybucja.....22
4. Promocja.....23
5. Marketing wewnętrzny.....25

Rozdział III.

Promocja usług bankowych

1. Akcje popierania sprzedaży.....29
2. Sprzedaż osobista.....30
3. Reklama.....33
4. Public relations.....38

Rozdział IV.

Analiza promocji usług bankowych w banku PKO BP

1. Charakterystyka PKO BP.....	51
1.1. Prezentacja Banku.....	51
1.2. Oferta produktowa (produkty kredytowe, produkty depozytowe, produkty rozliczeniowe).....	56
2. Strategia promocji usług w PKO BP.....	59
3. Formy promocji stosowane przez PKO BP oddział w XYZ.....	62
Bibliografia	67