

Promocja usług bankowych na przykładzie Polbanku EFG.

Wstęp.....4

Rozdział I

Teoretyczne problemy związane z marketingiem

1.1 Istota i znaczenie marketingu..... 6

1.2 Produkt11

1.3 Promocja13

1.4 Cena17

1.5 Dystrybucja19

Rozdział II

Charakterystyka Polbanku i jego otoczenia

2.1 Ogólna charakterystyka Polbanku21

2.2 Działalność marketingowa Polbanku25

2.3 Otoczenie makroekonomiczne..... 31

2.4 Opis mikrootoczenia banku36

2.5 Analiza SWOT..... 41

Rozdział III

Badania działań marketingowych na przykładzie jednostki Polbanku w XYZ

3.1 Metodologia i założenia badań48

3.2 Prezentacja wyników badań49

3.3 Analiza otrzymanych wyników..... 56

Zakończenie64

Bibliografia67

Spis tabel, wykresów i rysunków69

Spis tabel69

Spis wykresów69

Spis rysunków69