

Strategie marketingowe banku XYZ

Wstęp.....3

Rozdział I.

Promocja jako element strategii marketingowej banku.....5

1.1. Istota marketingu.....5

1.2. Strategia marketingowa banku.....11

1.3. Pojęcie i cele promocji.....16

Rozdział II.

Formy i skuteczność działań reklamowych i public relations w banku.....22

2.1. Funkcje i formy reklamy.....22

2.2. Zastosowanie i ocena skuteczności public relations.....27

2.3. Ocena efektywności reklamy.....34

2.3.1. Badanie efektu komunikacyjnego.....34

2.3.2. Ocena kampanii reklamowej.....36

Rozdział III.

Działania w zakresie reklamy i public relations banku XYZ w latach 1996-1997.....46

3.1. Charakterystyka banku XYZ.....46

3.2. Działania reklamowe banku XYZ.....51

3.3. Public relations w banku.....54

Zakończenie.....58

Bibliografia.....60

Spis rysunków.....	62
---------------------------	-----------