

# **Strategie marketingowe w działalności banku na przykładzie XYZ.**

**Wstęp.....3**

## **Rozdział I**

**Rola marketingu w działalności banków.....6**

1.1 Marketing usług bankowych, istota, ewolucje, znaczenie

1.2 Instrumenty marketingu-mix w działalności banków

1.3 Organizacja marketingu w bankach

1.4 Strategie marketingowe w działalności banków – rodzaje, charakterystyka

## **Rozdział II**

**Charakterystyka działalności XYZ S.A.  
.....37**

2.1 Rynek usług bankowych w Polsce

2.2 Powstanie i rozwój XYZ S.A. Oddział w ZZZ

2.3 Struktura organizacyjna i charakter zasobów wewnętrznych XYZ S.A. Oddział w ZZZ

2.4 Obszary działalności banku XYZ S.A. Oddział w ZZZ

## **Rozdział III**

**Koncepcja marketingowego działania banku XYZ S.A. Oddział w ZZZ.....62**

3.1 Miejsce marketingu w strukturze organizacyjnej

banku XYZ S.A. Oddział w ZZZ

3.2 Strategiczne planowanie marketingowe w XYZ S.A.  
Oddział w ZZZ

3.3 Wykorzystanie narzędzi marketingowych przez XYZ  
S.A. Oddział w ZZZ

3.4 Ocena i kierunki zmian w strategii marketingowej  
banku XYZ S.A. Oddział w ZZZ

**Zakończenie**

**Biografia**

**Załączniki**