

# **Marketing-mix w działalności usługowej na podstawie Banku XXX S.A**

Liczba stron: 100

Spis treści

Wstęp

Rozdział I Rola marketingu w działalności przedsiębiorstwa na rynku usługowym

1. Geneza i istota marketingu
2. Specyfikacja marketingu usług
3. Koncepcje marketingu-mix

Rozdział II Podstawowe instrumenty marketingu-mix w działalności bankowej

1. Organizacja służb marketingowych banku
2. Produkt jako centralny element marketingu-mix
3. Polityka cenowa
4. Dystrybucja
5. Promocja i rola personelu w obsłudze klienta

Rozdział III Charakterystyka Banku XXX jako obiektu badań

1. Powstanie i rozwój XXX S.A
2. Funkcje i zasady działania banków
3. Przedmiotowy zakres działalności XXX S.A.
4. Struktura organizacyjna XXX S.A.
5. Wyniki finansowe oraz pozycja banku XXX S.A. na rynku usług bankowych

Rozdział IV Instrumenty marketingu-mix w działalności XXX S.A

1. Analiza produktów XXX S.A.
2. Ceny usług bankowych w XXX S.A
3. System dystrybucji usług bankowych XXX S.A
4. Promocja XXX S.A. oraz polityka banku dotycząca jego personelu

Zakończenie

Bibliografia

Spis rysunków

Spis tabel

Spis wykresów

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis!