

| | |
|---|----|
| SADRŽAJ | |
| UVOD..... | 1 |
| Predmet i cilj rada..... | 1 |
| Izvori podataka | 1 |
| Sadržaj i struktura rada..... | 1 |
| POJAM, NASTANAK I KLASIFIKACIJA BANAKA..... | 2 |
| Pojava i nastanak prvih banaka..... | 2 |
| Klasifikacija banaka..... | 3 |
| Univerzalna ili poslovna banka..... | 4 |
| KONCEPT MARKETINGA..... | 6 |
| Pojam koncepta marketinga..... | 6 |
| Razvoj koncept marketinga..... | 6 |
| Primjena koncept marketinga u poslovnoj banci..... | 8 |
| MARKETING MIKS KONCEPT POSLOVNE BANKE..... | 9 |
| Marketing miks koncept | 9 |
| PLANIRANJE PROMOCIJE PROIZVODA I USLUGA BANKE.... | 11 |
| Proizvodi i usluge poslovne banke..... | 11 |
| Karakteristike proizvoda i usluge banke..... | 11 |
| Vrste proizvoda i usluga poslovne banke..... | 11 |
| Planiranje Marketing komunikacijskog miksa (promotivni mix) poslovne banke..... | 12 |
| Pojam i cilj promocije..... | 12 |
| Elementi Marketing komunikacijskog miksa (Promotivnog miksa)..... | 15 |
| Proces planiranja promocije prodaje | 15 |
| Promocija putem lične prodaje | 17 |
| Reklama i Oglašavanje u banci | 18 |
| Oglasne poruke i mediji | 20 |
| Odnosi s javnošću i publicitet | 22 |
| Unapređenje prodaje | 25 |
| Direktni marketing | 26 |
| ZAKLJUČAK | 28 |
| LITERATURA..... | 29 |
| POPIS TABLICA..... | 30 |
| POPIS SLIKA..... | 30 |

UVOD

Predmet i cilj rada

Izučavanje bankarstva dio je izučavanja ekonomske nauke i predstavlja njen sastavni dio. U svom razvoju od 3400. godine p.n.e. pa do danas bankarstvo je doživjelo raznovrsne transformacije. Iako za bankarstvo možemo reći da je staro koliko i novac, jer se za bankarstvo kaže da je nastalo pojavom novca, to nije slučaj za primjenu marketing koncepta. Marketing koncept se prvi put počinje pojavljivati u SAD-u između 1950.-1960. godine, kod nas tek 1980. godine, kao potreba ispunjavanja želja i potreba potrošača, dobiti tvrtke, te javnog interesa u cilju opstanka.

Predmet ovog pristupnog rada je odnos bankarstva i koncepta marketinga kroz planiranje promocije proizvoda i usluga poslovne banke, dok je cilj ovog rada prikazati uloge elemenata promotivnog miksa u bankarskom poslovanju i njihovo planiranje.

Izvori podataka

U radu se pojavljuje Razvojna banka Jugoistočne Evrope kao primjer poslovne banke kroz koju je provučena tema rada, s toga mnogi izvori podataka dolaze upravo iz ove financijske institucije.

Sadržaj i struktura rada

Rad je podjeljen u slijedeća poglavlja

Pojam i nastanak prvih banaka

Koncept marketinga

Marketing miks koncept poslovne banke

Planiranje promocije proizvoda i usluga banke

Svako obrađeno poglavlje je uvod slijedećem poglavlju. Glavni akcenat je stavljen na posljednje poglavlje, koje nosi sam naziv ovog pristupnog rada. Prva tri poglavlja služe uvođenju čitaoca u osnove bankarstva i marketinga, sužujući se na elemente promotivnog miksa i njihovo planiranje.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com