

SADRŽAJ:

Uvod	2
1. Naučno-teorijski aspekt marketinga	4
1.1. Tržište i istraživanje tržišta.....	5
1.2. Upravljanje instrumentima marketing miksa	5
2. Bankarski marketing u funkciji kreiranja blagostanja u bankama	9
2.1. Svrha bankarskog marketinga	11
2.2. Upravljanje bankarskim marketingom	13
2.3. Analiza mogućnosti u okruženju i unutrašnjih snaga banke	16
2.4. Definisanje vizije, misije i ciljeva banke.....	18
2.5. Strategije djelovanja i pozicioniranje banke.....	21
3. Marketing miks savremene banke	24
3.1. Bankarski proizvod / usluga	26
3.2. Cijena bankarskih usluga.....	27
3.3. Distribucija bankarskih proizvoda.....	28
3.4. Promocija banke	29
3.5. Savremeni bankarski poslovi.....	32
4. Implementacija strateškog savremenog marketinga	34
5. Uticaj marketinga na efikasnije poslovanje banke	36
Zaključak.....	39
Spisak slika i tabela.....	41
Literatura	42