

# SADRŽAJ

1. UVOD.....	4
1.1. PREDMET RADA.....	6
1.2. CILJ RADA .....	6
1.3. STRUKTURA RADA .....	7
2. MARKETING U BANKARSTVU .....	8
2.1. PROCES UPRAVLJANJA MARKETINGOM U BANKARSKOM SEKTORU ..	10
2.2. PROMOCIJA BANKARSKIH USLUGA .....	12
2.3. INTERNET .....	13
2.3.1. Društvene mreže.....	15
3. ELEMENTI PROMOTIVNE STRATEGIJE.....	19
3.1. OGLAŠAVANJE.....	21
3.2. ODNOSI S JAVNOŠĆU .....	22
3.3. LIČNA PRODAJA .....	23
3.4. PUBLICITET.....	24
3.5. PROMOCIJA PRODAJE .....	25
3.6. UPRAVLJANJE PROMOCIJOM.....	26
3.6.1. Koordinacija promotivnih aktivnosti .....	28
3.6.2. Evaluacija promotivnog napora .....	29
3.6.3. Uticaj okruženja na promociju .....	30
4. PROMOCIJA BANKARSKIH USLUGA .....	32
4.1. ULOGA I ZNAČAJ PROMOCIJE U ŠIRENJU BANKARSKE MREŽE.....	33
4.1.1. Uloga i značaj lične prodaje u širenju bankarske mreže .....	33
4.1.2. Uloga i značaj oglašavanja u širenju bankarske mreže .....	34
4.1.3. Uloga i značaj direktnog marketinga u širemju bankarske mreže .....	36
ZAKLJUČAK.....	38
LITERATURA .....	40