

SADRŽAJ

1. UVOD	5
1.1. Predmet istraživanja.....	5
1.2. Cilj istraživanja.....	6
1.3. Osnovne hipoteze.....	6
1.5. Metode istraživanja.....	7
2. POJAM I VRSTE BANKARSKIH USLUGA	8
2.1. Pojam bankarskih usluga	8
2.2. Vrste bankarskih usluga.....	8
2.3. Rizici prilikom pružanja bankarskih usluga	10
3. MARKETING, MARKETINŠKI I PROMOTIVNI MIKS.....	10
3.1. Pojam marketinga	10
3.2. Faze u razvoju marketinga.....	11
3.3. Marketinški mix.....	12
3.4. Promotivni miks.....	13
4. TEORIJSKA ODREĐENJA EKONOMSKE PROPAGANGE.....	14
4.1. Pojam ekonomske propagande i ciljevi	14
4.1.1. Osnovni zadaci komuniciranja sa tržištem i javnošću.....	16
4.2. Elementi ekonomske propagande	16
4.3. Sredstva ekonomske propagande.....	18
4.4. Vanjska propaganda.....	19
4.5. Ostale vrste oglašavanja	21
5. EKONOMSKA PROPAGANDA U BANKARSTVU.....	22
5.1. Ekonomska propaganda u bankarstvu	22
5.2. Marketinški miks u bankama.....	23
5.3. Promocija bankarskih usluga.....	23
5.4. Ekonomska propaganda u UniCredit banci	24
5.4.1. Osnovni podaci o banci	24
5.4.2. Misija i vizija banke	24
5.4.3. Ekonomski pokazatelji UniCredit banke.....	25
5.4.4. Ekonomska propaganda u funkciji podsticanja prodaje.....	26
5.4.4.1. Internet stranica UniCredit banke	27
5.4.4.2. Pretplatne internet stranice UniCredit banke.....	27
5.4.4.3. Televizija kao instrument propagande UniCredit banke	28
5.4.4.4. Bilbord i prevozna sredstva.....	28

5.4.4.5.	Pošta i elektronska pošta	29
5.4.4.6.	Promocija usluga UniCredit banke putem štandova	30
5.4.4.7.	Specifične usluge UniCredit banke	31
ZAKLJUČAK		33
LITERATURA		34
POPIS SLIKA I TABELA		35