
Spis treści

Od autorów	7
Rozdział 1. Istota marketingu usług finansowych	13
1.1. Zmiany na rynku usług finansowych	13
1.2. Ewolucja marketingu usług finansowych	15
1.3. Interpretacja marketingu usług finansowych	22
1.4. Specyfika usług finansowych	27
1.5. Marketing mix	32
1.6. Zarządzanie marketingiem	40
1.7. Organizacja marketingu w banku	45
Podsumowanie	48
Rozdział 2. Strategiczne planowanie marketingowe	50
2.1. Strategiczny marketing	50
2.2. Planowanie na szczeblu centrali	54
2.3. Planowanie na szczeblu oddziału	71
2.4. Plan marketingowy	84
Podsumowanie	90
Rozdział 3. Marketingowe otoczenie	91
3.1. Rynek finansowy w Polsce	91
3.2. Makrootoczenie	94
3.3. Mikrootoczenie instytucji finansowych	110
Podsumowanie	115
Rozdział 4. Segmentacja rynku usług finansowych	117
4.1. Warunki efektywnej segmentacji rynku	118
4.2. Kryteria segmentacji klientów indywidualnych	121

4.3. Segmentacja rynku przedsiębiorstw	141
4.4. Wybór rynku docelowego	148
Podsumowanie	152
Rozdział 5. Strategia usługi finansowej	154
5.1. Koncepcja usługi	155
5.2. Funkcje usług finansowych	160
5.3. Jakość usług finansowych	165
5.4. Polityka nadawania marki	171
5.5. Cykl życia usług finansowych	175
5.6. Wprowadzanie nowych usług	183
Podsumowanie	188
Rozdział 6. Polityka cenowa	190
6.1. Istota polityki cenowej	190
6.2. Czynniki wpływające na ceny	192
6.3. Metody wyznaczania cen	196
6.4. Strategie cenowe	201
Podsumowanie	202
Rozdział 7. Polityka dystrybucyjna	204
7.1. Potrzeby klientów w zakresie dystrybucji	204
7.2. Kanały dystrybucji	209
7.3. Czynniki wpływające na lokalizację oddziałów	225
Podsumowanie	228
Rozdział 8. Promocja	230
8.1. Rola promocji mix	231
8.2. Model komunikacji Laswella	233
8.3. Public relations (propaganda marketingowa)	235
8.4. Sprzedaż osobista	242
8.5. Reklama	247
Podsumowanie	254
Rozdział 9. Marketing usług ubezpieczeniowych	256
9.1. Zmiany na rynku ubezpieczeniowym	256
9.2. Postępowanie oraz proces decyzyjny klientów usług ubezpieczeniowych	259
9.3. Segmentacja rynku ubezpieczeniowego	267
9.4. Marketing mix usług ubezpieczeniowych	272
Podsumowanie	277
Spis literatury	279
Ustawa z 29 sierpnia 1997 r. — Prawo bankowe	282
Ustawa z 28 lipca 1990 r. o działalności ubezpieczeniowej	330
Indeks firm i instytucji	368