

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](http://www.maturskiradovi.net)

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)