ЗМІСТ

ВСТУП……………………………………………………………………………

РОЗДІЛТеоретичнізасадикомплексу

маркетинговихкомунікаційвбанківськихустановах



Сутністьпринципитафункціїбанківськогомаркетингу

Комплексмаркетинговихкомунікаційяк

важливаскладовабанківськогомаркетингу



Теоретичнізасадидоформуванняефективногокомплексумаркетинговихкомунікаційбанків



Висновкидорозділу………………………………………



РОЗДІЛАналізефективностікомплексу

маркетинговихкомунікаційвітчизнянихкомерційнихбанків



БанкитаїхрозвитоквумовахринковоїекономікиУкраїни



Дослідженнямаркетинговоїкомунікаційної

діяльностібанків



Аналізефективностівпровадженнякомплексу

маркетинговихкомунікаційкомерційними

банкамиУкраїни………………………



Висновкидорозділу………………………………………



РОЗДІЛФормуванняефективногокомплексумаркетинговихкомунікаційбанкунаосновікомунікаційнихмоделей



Розробкамеханізмуефективних

маркетинговихкомунікаційнаосновісегментаціїринкубанківськихпродуктів



Комунікаційнімоделіякпідгрунттязростання

ефективностікомплексумаркетингових

комунікаційбанку

Організаційноінформаційнетаметодичне

забезпеченняефективностікомплексу

маркетинговихкомунікаційбанківськихустанов



Висновкидорозділу………………………………………

ВИСНОВКИ………………………………………………………………

СПИСОКВИКОРИСТАНИХДЖЕРЕЛ…………………………………



ДОДАТКИ………………………………

