1. Bank marketinqinin mahiyyəti
2. Bank marketinqinin xüsusiyyələri
3. Bank xidməti standartlarının elementləri
4. Bank xidmətlərinin satışının həvəsləndirilməsində tətbiq edilən həvəsləndirmə üsulları
5. Bank marketinqində reklamın vəzifələri
6. Bankın stab işçilərinin fəaliyyətini xarakterizə edən göstəricilər sistemi
7. Bankın funkusional idarələrinin əsas və əlavə əmək haqqının müəyyən edilməsi qaydası
8. Kredit şöbəsinin işçilərinin işinin keyfiyyət göstəriciləri
9. Bankın ştab bölmələrinin saxlanması xərclərinin bölüşdürülməsi üsulları
10. Birbaşa marketinq və onun üstünlükləri
11. Birbaşa cavab telemarketinqi
12. İnteraktiv marketinqin mahiyyəti
13. Marketinqdə İnternetdən istifadə edilməsi
14. İnternet-marketinq
15. Məhsul və xidmətlərin istehsalçılarının İnternet-marketinqdən istifadə etməsinin istiqamətləri
16. Elektron mağazanın yaradılması
17. İnternet-ticarətin təşkili
18. Korporativ layihələrin ümumi inkişaf strategiyası
19. İnternet-layihələrin ümumi inkişaf strategiyası
20. İnnovasiya marketinqi
21. İnnovasiya marketinqinin funksiyaları
22. Şaquli və laterial marketinq
23. Texnologiyaların sənayeyə verilməsinin seçim meyarları
24. İnnovasiya marketinqində məhsul siyasətinin formalaşdırılması metodları
25. İnnovasia məhsulunun bazara çıxarılması strategiyaları

Qrup 326 Marketinq müasir problem

Məmmədov Aslan