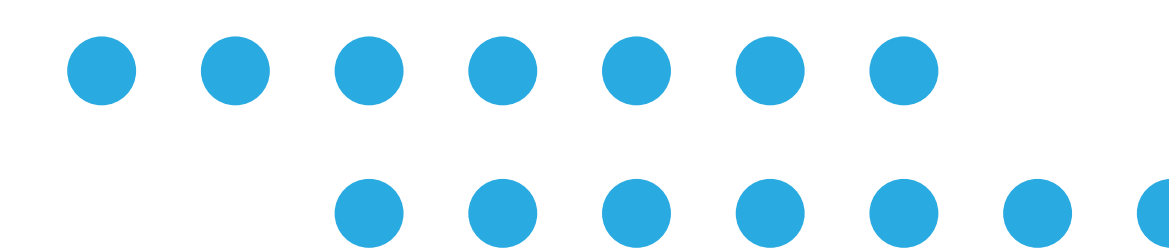


BANK

MIESIĘCZNIK FINANSOWY

OFERTA WSPÓŁPRACY



*Przekonaj się,
że warto wiedzieć
więcej!*

Profesjonalny magazyn sektora bankowego, który działa nieprzerwanie od 30 lat. Jest uznanym źródłem rzetelnej wiedzy oraz platformą wymiany opinii w środowisku bankowym i finansowym. Wspieramy rozwój sektora poprzez analizę najnowszych trendów, takich jak gospodarka, innowacyjne modele biznesowe czy wykorzystanie sztucznej inteligencji i rozwiązań IT.

Naszą misją jest wspieranie procesu kształcenia i rozwoju wysoko wykwalifikowanych kadr, które odgrywają kluczową rolę w budowie i wzmacnianiu sektora bankowego. Klienci oczekują od banków profesjonalizmu i innowacyjności, a my pomagamy te standardy osiągać.

Badania realizowane w ramach Związku Banków Polskich potwierdzają istotną rolę kadr w rozwoju sektora finansowego. MF BANK aktywnie wspiera te inicjatywy, dostarczając specjalistyczne treści oraz promując wymianę doświadczeń w branży.





Informacje o magazynie

Wydawca: Centrum Procesów Bankowych i Informacji.

Redakcja „Miesięcznika Finansowego BANK”.

Grupa docelowa

- Prenumeratorzy „Miesięcznika Finansowego BANK” – głównie kadra menedżerska banków oraz pozostałych instytucji finansowych.
- Czytelnicy portalu BANK.pl.
- Wszystkie materiały tekstowe są udostępnione na portalu środowiska bankowego BANK.pl (średnio ok. 97 tys. użytkowników miesięcznie – dane za 2025 rok).

Nakład

3 500 egz. (wersja papierowa MF BANK), ponad 70 tys.ostępów (wersja elektroniczna).

W ramach współpracy Wydawnictwa CPBiI z bankami pracownicy tych instytucji, w tym kadra menedżerska – poprzez wewnętrzną sieć komunikacji – otrzymują co miesiąc aktualne wydanie „Miesięcznika Finansowego BANK”.

*Przekonaj się,
że warto wiedzieć
więcej!*

MF BANK przekazywany jest także pracownikom poniższych banków w ramach programu wiedza online. Dzięki temu miesięcznik dociera do ponad 70 tysięcy osób z banków (poza prenumeratą):



Bank Polski



BNP PARIBAS



Grupa BPS

Banki Spółdzielcze i Bank BPS



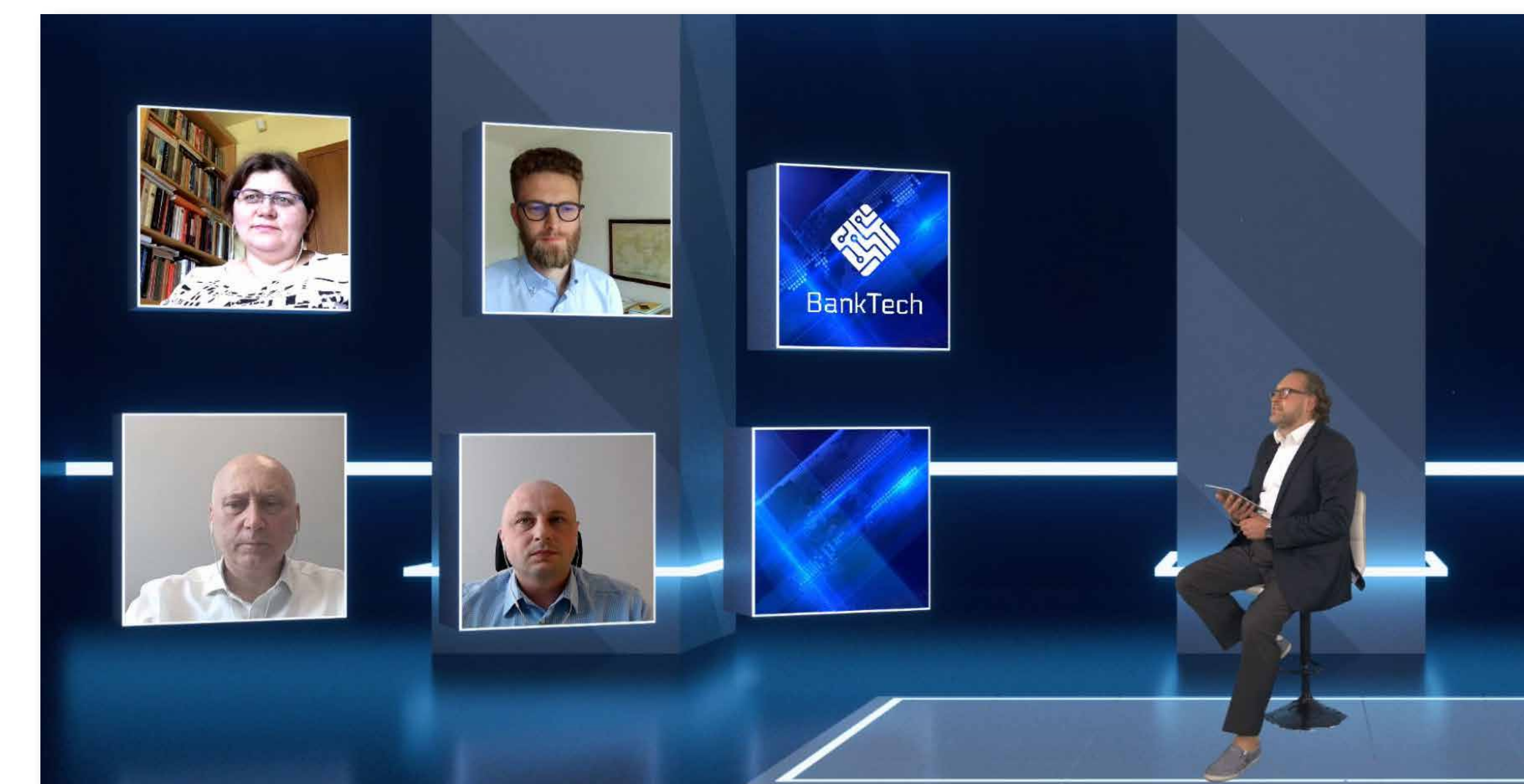
Bank Pekao



Cykl wydawniczy

- 11 wydań/rok – lipiec/sierpień numer łączony.
- Prenumerata PŁATNA: 2 300 egz. płatna redakcyjna i kolporterska
płatna elektroniczna (e-Kiosk).
- Sprzedaż egzemplarzowa: 500 egz. kolporterska (EMPIK)
oraz elektroniczna.
- Konferencje, seminaria branżowe, spotkania ZBP.
- Wersja elektroniczna: ponad 70 tys. kopii egz.
(dystrybucja wśród pracowników banków).
- (Dystrybucja bezpłatna): średnio 700 egz. miesięcznie.
- „Miesięcznik Finansowy BANK” patronuje comiesięcznie średnio
ok. 15 konferencjom i seminariom, które gromadzą menedżerów
sektora bankowo-finansowego.

*Przekonaj się,
że warto wiedzieć
więcej!*



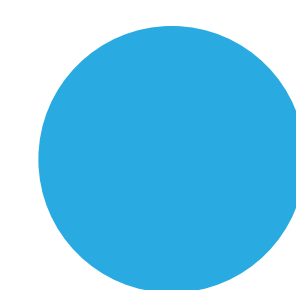
Przekonaj się,
że warto wiedzieć
więcej!

Jest sprawdzonym źródłem wiedzy i znakomitą platformą wymiany opinii w środowisku bankowym i finansowym. Realizowane – m.in. w ramach Związku Banków Polskich – badania wskazują istotną rolę, jaką odgrywają kadry bankowe w procesie budowy i wzmacniania sektora bankowego. Specjalistycznie i wszechstronnie wykształconej kadry oczekują również klienci.

Publikujemy profesjonalne opracowania o aktualnych i przyszłych trendach związanych z funkcjonowaniem bankowości i świata finansów w Polsce i za granicą. Eksperci bankowi, ekonomiści, przedstawiciele nauki i biznesu wskazują kluczowe wyzwania gospodarcze, zagrożenia społeczne, szanse rozwojowe i przewagi konkurencyjne.

Omawiamy m.in. zagadnienia gospodarki 4.0, nowego modelu biznesowego funkcjonowania banków, obszary ryzyka i możliwości wykorzystania potencjału sektora, realizacji najnowszych rozwiązań IT, jak też kierunków możliwego wspierania procesów AI.

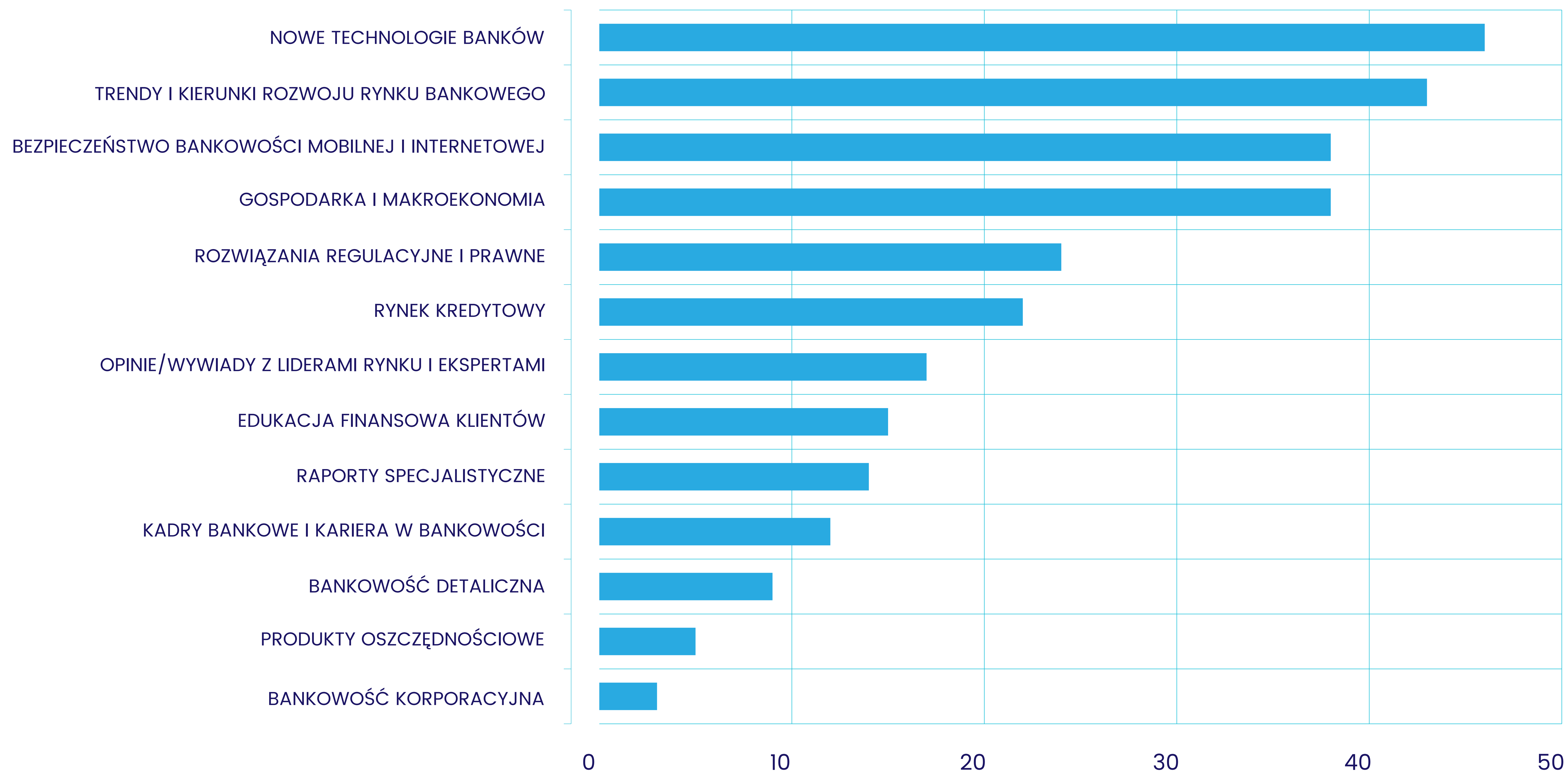




Jaka tematyka spotkałaby się z Pana/Pani zainteresowaniem w bankowej prasie specjalistycznej?

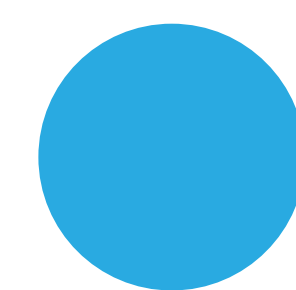
Badanie zrealizowane wśród pracowników bankowych – październik 2020

*Przekonaj się,
że warto wiedzieć
więcej!*



68%

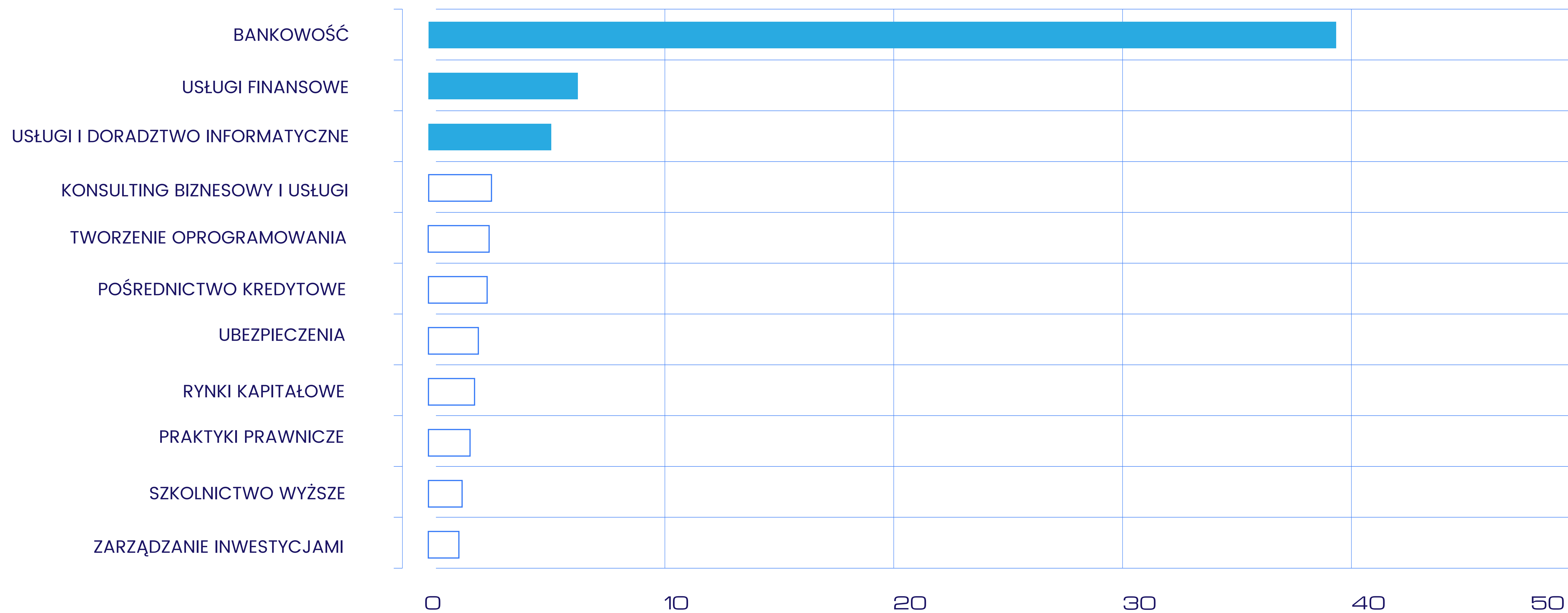
bankowców wymienia
MF BANK w gronie
najważniejszych
wydawnictw/portali
o tematyce
bankowo-finansowej



Profil „Miesięcznika Finansowego BANK” na LinkedIn
(obserwujący według branży)

***Przekonaj się,
że warto wiedzieć
więcej!***

Obserwujący



Profil MF BANK
13,8 tys.
obserwujących
LinkedIn



Rada programowa

- dr Tadeusz Białek (Prezes Związku Banków Polskich, przewodniczący Rady),
- dr Tomasz Pawlonka (Związek Banków Polskich),
- Brunon Bartkiewicz (Doradca Zarządu ING Banku Śląskiego S.A.),
- dr Jacek Bartkiewicz (przewodniczący Komisji Etyki Bankowej),
- dr Mariusz Cholewa (Prezes Biura Informacji Kredytowej S.A.),
- dr hab. Jakub Górka (Uniwersytet Warszawski),
- dr hab. Krzysztof Kalicki (Akademia Leona Koźmińskiego),
- Bartosz Kublik (Były Prezes Zarządu Banku Ochrony Środowiska),
- dr Konrad Maj (Uniwersytet SWPS),
- Karol Mazurek (Accenture Polska),
- Mirosław Skiba (Prezes Zarządu SGB-Bank S.A.),
- Grzegorz Wiśniewski (Prezes Zarządu Instytutu Energii Odnawialnej),
- Janusz Władyczak (Prezes Zarządu KUKE S.A.).

“

„Miesięcznik Finansowy BANK”
od lat niezmiennie jest dla mnie
lekturą obowiązkową, regularnie zapewniając
dostęp do ciekawych informacji z zakresu
finansów oraz polskiej i światowej gospodarki.
Bardzo cenię to pismo za konsekwentne
tworzenie przestrzeni do wymiany myśli
i opinii przez liderów bankowości oraz bycie
platformą wymiany wiedzy między ekspertami
naszego środowiska.

Przemek Gdański
Prezes Zarządu Banku BNP Paribas
styczeń 2021

”

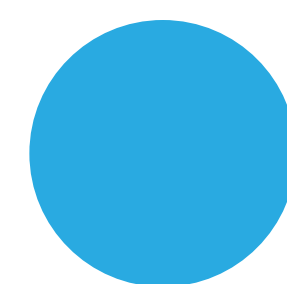
***Przekonaj się,
że warto wiedzieć
więcej!***

“

Cieszę się, że wśród tematów poruszanych
na łamach „Miesięcznika Finansowego BANK”
rozwijane są tak ważne kwestie dotyczące
transformacji energetycznej i ochrony środowiska
naturalnego. Liczę, że problematyka zielonej energii
i – szerzej – gospodarki, będzie w najbliższych latach
w centrum debaty o kierunkach rozwoju Polski.
Finansowanie transformacji energetycznej, ekologicznych
inwestycji i projektów jest złożonym i trudnym
zagadnieniem – wierzę jednak, że dyskusja
w środowisku bankowym, m.in. poprzez
„Miesięcznik Finansowy BANK”,
pozwoli wypracować najlepsze rozwiązania.

prof. Marek Belka
grudzień 2020

”

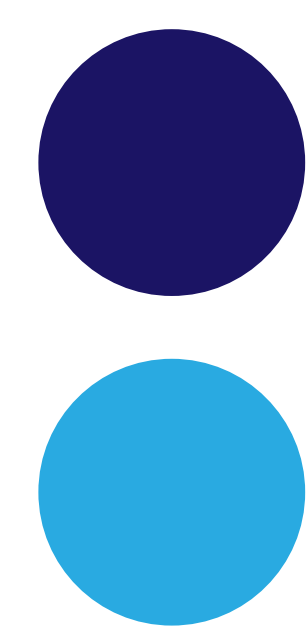


1/1 strony wewnątrz numeru	12 600 zł netto
1/2 strony wewnątrz numeru	7 500 zł netto
Junior Page	7 500 zł netto
1/3 strony wewnątrz numeru	4 500 zł netto
Pierwsza strona przy II okładce	12 200 zł netto
Rozkładówka	16 500 zł netto
Dwustronicowy artykuł sponsorowany	16 500 zł netto
Reklama z lokalizacją w konkretnym dziale	+15%
Prawa strona	+15%

Okładka II	13 600 zł netto
Okładka III	13 600 zł netto
Okładka IV	17 900 zł netto
Insert 2I g - 100 g	7 000 zł netto
Insert 10I g - 150 g	8 400 zł netto
Insert 15I g - 200 g	10 500 zł netto

ceny netto w zł, wszystkie ogłoszenia kolorowe





SPECYFIKACJA TECHNICZNA

FORMATY REKLAM

**Przekonaj się,
że warto wiedzieć
więcej!**

REKLAMA ROZKŁADÓWKA

440 x 280 mm
+ 5 mm SPAD

REKLAMA CAŁA STRONA

220 x 280 mm
+ 5 MM SPAD

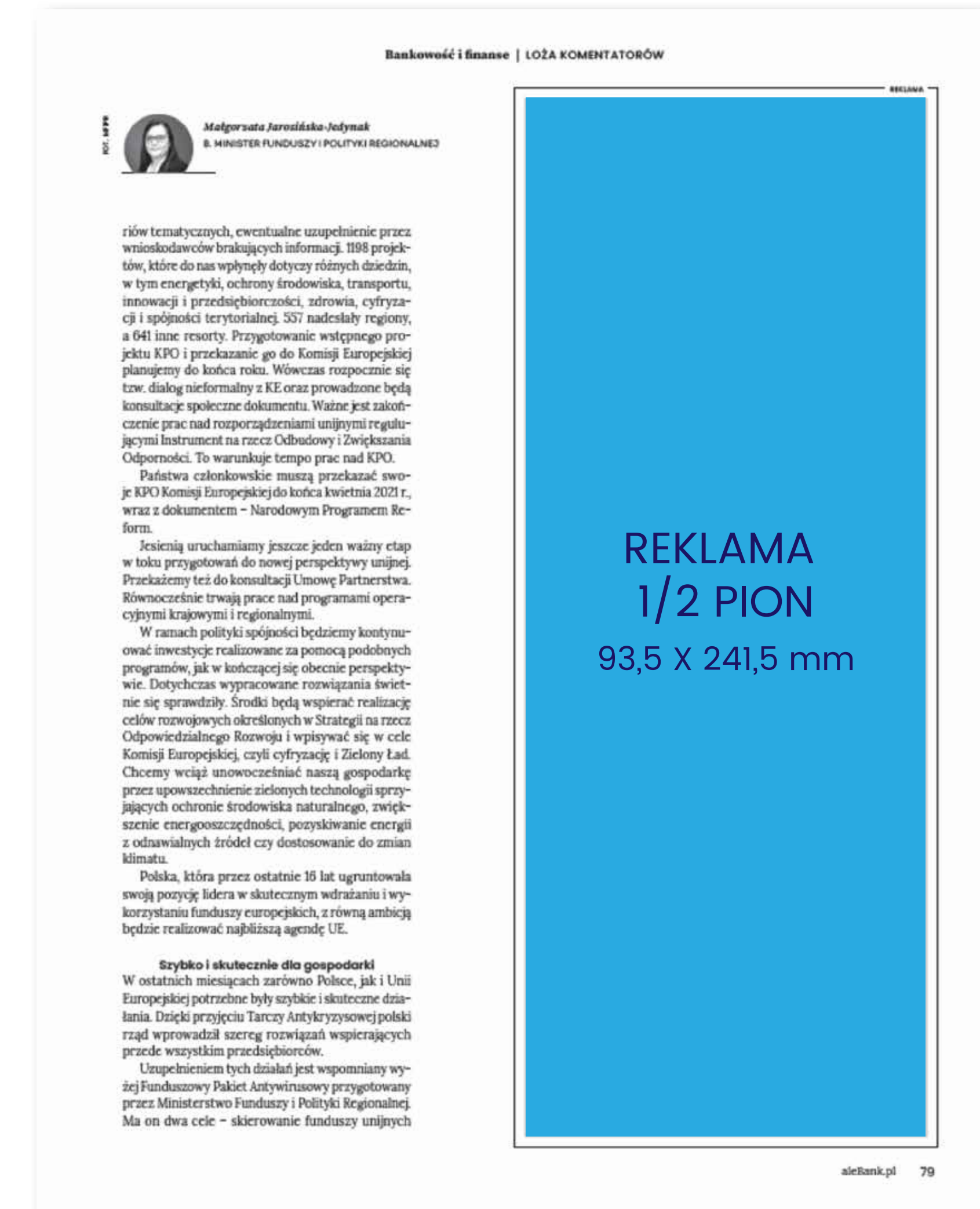
REKLAMA
1/2 PION

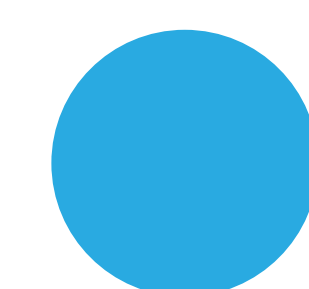
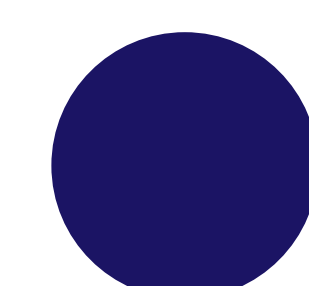
93,5 x 241,5 mm

Aby uniknąć utraty kluczowych informacji, należy zastosować poniższe zasady:

- Pas neutralny: pas o szerokości 60 mm przechodzący dokładnie przez środek rozkładówki (30 mm w lewo i w prawo od osi środka reklamy).
- W powyższym pasie nie mogą znajdować się żadne istotne elementy: teksty, hasła reklamowe, dane teleadresowe, logotypy ani kluczowe detale produktów (np. twarze, kody QR).
- Zawartość graficzna: środek rozkładówki powinien być wypełniony wyłącznie nieistotnym tłem lub elementami dekoracyjnymi, których częściowe przysłonięcie nie wpłynie na odbiór przekazu.

- Bezpieczny margines boczny: 10 mm (odległość istotnych elementów reklamy, jak teksty, logotypy itp. od linii cięcia – góra, dół, boki)
- W publikacjach klejonych o znacznej objętości środkowa oś projektu jest strefą o ograniczonej widoczności – arkusze papieru nie otwierają się całkowicie na płasko, co powoduje fizyczne „wciągnięcie” części grafiki w głąb zagięcia grzbietu, czyniąc ją niewidoczną dla czytelnika.





- Przestrzeń barwna: CMYK (RGB lub kolory spot będą automatycznie konwertowane, co może skutkować zmianą kolorystyki).
- Rozdzielczość: grafiki rastrowe 300 DPI.
- Maksymalne nafarwienie (TAC lub TIL) nie powinno przekraczać 300%.
- Format: PDF/X-1a lub PDF/X-4.
- Pliki w formacie: PDF (rozdzielczość do druku) lub TIFF (rozdzielczość 300 dpi).
- Fonty zamienione na krzywe, wyrenderowane lub osadzone poprzez destylację, zrastrowanie złożonych wypełnień wektorowych.
- Pliki zamknięte, bez warstw, warstwy uszlachetnień (UV, hot stamping itp.) muszą być umieszczone na oddzielnej stronie w pliku pdf.
- W reklamach 1/1 strony – całostronicowych MUSZĄ być uwzględnione spady z każdej strony co najmniej po 5 mm.

- Format netto 220 x 280 mm, do tego trzeba dodać po 5 mm na spad, czyli format brutto to 230 x 290 mm.
- Reklamy MUSZĄ mieć znaczniki drukarskie (pasery), które mają znajdować się poza obszarem spadu (mogą dotykać spadów, ale nie mogą na niego wchodzić).
- Istotne elementy graficzne (np. logo, teksty) MUSZĄ być odsunięte od linii cięcia o 10 mm.
- W razie niedostarczenia wydruku próbnego (proof, matchprint, chromalin) wydawnictwo oraz drukarnia NIE PONOSZĄ odpowiedzialności za niezgodność kolorów.
- Odpowiedzialność za zawartość pliku spoczywa na wysyłającym, pliki należy przesłać na e-mail (po uzgodnieniu z działem reklamy).



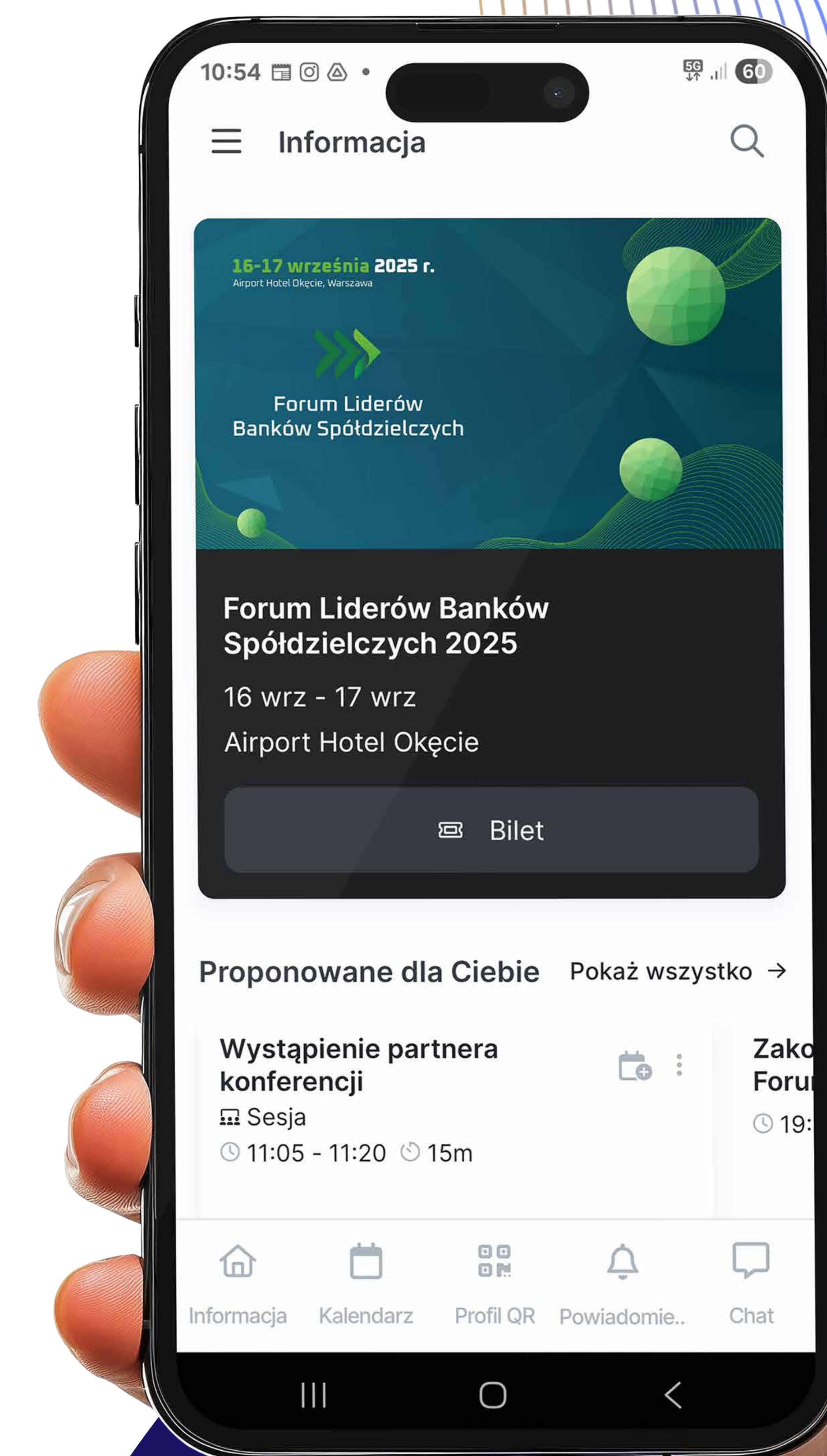
Konferencje Bankowe

Jako patron wydarzeń (konferencji i szkoleń) organizowanych przez [Związek Banków Polskich](#) oraz [Centrum Procesów Bankowych i Informacji](#), redakcja MF BANK zaprasza do pobrania dedykowanej platformy mobilnej **KONFERENCJE BANKOWE**. To nie tylko narzędzie do rejestracji – to Twój osobisty asystent networkingowy.

Zainstaluj aplikację, aby:

- zyskać dostęp do zamkniętej listy uczestników i umówić spotkania biznesowe,
- otrzymywać wiadomości o kluczowych wystąpieniach bezpośrednio na swój telefon.

Zeskanuj kod QR i przejdź na cyfrową stronę networkingu.



DZIAŁ REKLAMY

reklama@wydawnictwocpb.pl

ZAPRASZAMY
DO WSPÓŁPRACY

