



| | | | | |
|--|----------------------------------|---|--------------------------------|-----------------------------|
| Przedmiot: PRIVATE BANKING | | | | |
| Forma zajęć: ćwiczenia | Semestr: 6 | Rok: 3 | Wymiar godzin: 15 | Punkty ECTS: 0 |
| Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę | Typ przedmiotu: do wyboru | | Język nauczania: polski | |
| Kierunek: Finanse i Bankowość | | Tryb: stacjonarne | | Rodzaj: magisterskie |
| Specjalność: Pośrednictwo i Doradztwo Finansowe | | | | |
| Katedra: Katedra Finansów | | | | |
| Stopień naukowy wykładowcy: mgr | | Imię i nazwisko wykładowcy: Anna Piechaczek | | |

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

Bankowość, Rynki finansowe

Program przedmiotu:

Pojęcia private banking, personal banking, wealth management, asset management.
Istota private banking a bankowość detaliczna.
Czynniki rozwoju rynku private banking.
Model offshore i onshore.
Wzrost rynku PB w ujęciu globalnym.
Czynniki wzrostu bogactwa w różnych częściach świata - czynniki demograficzne, ceny aktywów, egalitarny vs konkurencyjny model dystrybucji dochodów.
Rynek PB w Europie Zachodniej i Środkowo-Wschodniej.
Specyfika klientów zamożnych na rynkach Europy Wschodzącej.
Polski rynek PB - 1) Profil klienta bankowości prywatnej (cechy klienta private banking, specyfika jego potrzeb i oczekiwań względem instytucji finansowej; charakterystyka polskiego bankowego klienta VIP; kryteria wyboru banku stosowane przez masowego klienta banku vs. klienta zamożnego)
2) Segmentacja klientów PB (kryteria segmentacji; ewolucja: podejście tradycyjne vs. podejście bazujące na potrzebach; porównanie struktury segmentu w Polsce i na świecie)
3) Modele współpracy z klientem w ramach PB (różnice w bankowej obsłudze klientów masowych i klientów zamożnych; asset-based PB vs. retail-based PB; funkcje banku w ramach PB; wsparcie obsługi klienta w ramach PB; koncepcja otwartej architektury produktowej vs. koncepcja centrów kompetencji)
4) Znaczenie efektu PB (kluczowe cechy efektu PB; klasyfikacja produktów i usług w ramach PB: bankowe i nonbankowe, finansowe i niefinansowe)

Metody dydaktyczne:

Praca w podgrupach, indywidualne prezentacje

Cele przedmiotu:

Uwrażliwienie studentów na znaczenie umiejętności interpersonalnych w obszarze bankowości prywatnej. Opanowanie przez studentów podstawowych pojęć związanych z zagadnieniem przedmiotu (bankowość prywatna, wealth management, asset management, relationship manager, otwarta architektura produktowa, produkty strukturyzowane, concierge, art banking, itp.),

Warunki zaliczenia:

kolokwium, opracowanie karty wymaganego produktu dla klienta z sektora PB

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

L. Dziawgo, Private banking. Bankowość dla zamożnych klientów, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2006.
D. Maude, Global Private Banking and Wealth Management, John Wiley&Sons Ltd, 2006.
J. Pietrzak, Kierunki rozwoju usług private banking w Polsce, Bank i Kredyt, marzec 2006, s. 23-29.
J. Pietrzak, Private banking - strategia koncentracji na wąskim segmencie rynkowym, Bank i Kredyt, lipiec 2002, s. 56-60.

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

| |
|--|
| |
|--|