

EUROPEJSKI CERTYFIKAT BANKOWCA EFCB (ECB EFCB) CELE EDUKACYJNE

Cele egzaminacyjne ECB EFCB dzielą się na trzy moduły:

- Moduł A: Otoczenie ekonomiczne i monetarne;
- Moduł B: Relacja klient-produkt;
- Moduł C: Aspekty behawioralne: zarządzanie, marketing i etyka.

Relatywna waga poszczególnych modułów w ramach egzaminu jest następująca:

- Moduł A: 20%
- Moduł B: 60%
- Moduł C: 20%

MODUŁ A THE ECONOMIC AND MONETARY ENVIRONMENT OTOCZENIE EKONOMICZNE I MONETARNE

A.1:

ECONOMIC AND FINANCIAL STRUCTURE OF THE EUROPEAN AREA
EKONOMICZNA I FINANSOWA STRUKTURA OBSZARU EUROPEJSKIEGO

A.1.1 KEY CHARACTERISTICS OF THE EUROPEAN ECONOMY GŁÓWNE CECHY EUROPEJSKIEJ GOSPODARKI

The student is able to summarise the economic process within the European area.

Kandydat potrafi przedstawić proces ekonomiczny na obszarze europejskim.

A.1.1.1 He/she can describe the role of the main parties in the macro economic circulation process like households, companies, financial institutions, the state and foreign countries.

Potrafi opisać rolę uczestników procesu obrotu makroekonomicznego, tj. gospodarstw domowych, przedsiębiorstw, instytucji finansowych, państwa, innych krajów.

A.1.1.2 He/she can point out the main features of the European economy such as the average rates of growth, unemployment, inflation and interest.

Potrafi wskazać główne cechy europejskiej gospodarki, tj. średnie stopy wzrostu, bezrobocia, inflacji, stopy procentowe.

A.1.2 ROLE AND STRUCTURE OF THE FINANCIAL SYSTEM FUNKCJA I STRUKTURA SYSTEMU FINANSOWEGO

The student is able to interpret the financial system.

Kandydat potrafi opisać system finansowy.

A.1.2.1 He/she can describe the economic function of the financial system.

Potrafi opisać ekonomiczną funkcję systemu finansowego.

A.1.2.2 He/she can explain the differences between money and capital markets.

Potrafi wyjaśnić różnice pomiędzy rynkiem pieniężnym i kapitałowym.

A.1.2.3 He/she can describe the role of banks and other financial institutions.

Potrafi opisać rolę banków i innych instytucji finansowych.

A.1.3 THE BANKING ENVIRONMENT IN THE EUROPEAN AREA
OTOCZENIE BANKOWE OBSZARU EUROPEJSKIEGO

The student is able to describe the context in which European banks operate.
Kandydat potrafi opisać kontekst w jakim działają banki europejskie.

- A.1.3.1 He/she can explain the national banking and financial system, its structure and particularities as well as its relationship with the European banking market.
Potrafi opisać narodowy system bankowy i finansowy, jego strukturę i elementy, a także jego powiązania z europejskim rynkiem bankowym.
- A.1.3.2 He/she can identify the impact of EU directives concerning banking regulation.
Potrafi zidentyfikować wpływ dyrektyw UE na regulacje bankowe.
- A.1.3.3 He/she can explain the role and functions of the supervisory authority or authorities respectively within the national banking regulatory system.
Potrafi wytłumaczyć rolę i funkcje władz nadzorczych i innych w ramach narodowego bankowego systemu regulacyjnego.
- A.1.3.4 The student is also able to describe the main provisions of the New Basel Capital Accord (NBCA, June 2004) and its impact on the European banking sector.
Potrafi określić główne klauzule Nowej Umowy Kapitałowej z Bazylei (NBCA, czerwiec 2004).
- A.1.3.5 The student can explain in general terms the relationship and influences of the global market on Europe.
Potrafi ogólnie wytłumaczyć związki i wpływ rynku światowego na rynek europejski.
- A.1.3.6 The student is able to describe the main characteristics of the Single Euro Payment Area (SEPA)
Potrafi określić główne cechy Jednolitego Obszaru Płatniczego w Euro (SEPA).

A.2:
MONETARY POLICY IN THE EUROPEAN AREA
POLITYKA MONETARNA NA OBSZARZE EUROPEJSKIM

A.2.1 THE EURO SYSTEM
EUROSYSTEM

The student is able to describe the monetary system related to the euro.
Kandydat potrafi opisać system monetarny w odniesieniu do euro.

- A.2.1.1 He/she can define the three general functions of money and depict at least one of them.
Potrafi zdefiniować trzy główne funkcje pieniądza i opisać przynajmniej jedną z nich.
- A.2.1.2 He/she can name in general the functions of central banks.
Potrafi wymienić główne funkcje banku centralnego.
- A.2.1.3 He/she can explain the reasons why the central bank has become independent from the government.
Potrafi wymienić powody uniezależnienia się banku centralnego od rządu.
- A.2.1.4 He/she can classify the objectives of the EMU.
Potrafi sklasyfikować cele EUM.
- A.2.1.5 He/she can point out the relationship between the ECB, the ESCB and the Eurosystem.
Potrafi wskazać zależności pomiędzy EBC, ESBC i Eurosystemem.

- A.2.1.6 He/she can name the two decision making bodies of the ECB and describe the difference between them.
Potrafi wskazać dwa ciała decyzyjne EBC i opisać różnice pomiędzy nimi.
- A.2.1.7 He/she can recite the ECB's definition of price stability.
Potrafi przedstawić definicję stabilności ceny określoną przez EBC.
- A.2.1.8 He/she can describe the difference between the first and the second pillar of the ECB's monetary policy strategy.
Potrafi opisać różnice pomiędzy pierwszym i drugim filarem strategii polityki monetarnej EBC.
- A.2.1.9 He/she can name the three operational tools of the ECB for monetary policy implementation.
Potrafi wymienić trzy narzędzia operacyjne EBC służące do wdrażania polityki monetarnej.
- A.2.1.10 He/she can name the three kinds of interest rates that compose the so-called 'corridor' on the money market in the Eurozone.
Potrafi wymienić trzy rodzaje stop procentowych, które składają się na tzw. „korytarz” na rynku pieniężnym w strefie euro.
- A.2.1.11 He/she can describe the current state of monetary policy in the Euro Area.
Potrafi opisać stan obecny polityki monetarnej w strefie euro.

A.2.2 NATIONAL MONETARY SYSTEM

NARODOWY SYSTEM PIENIĘŻNY

The student is able to relate the position and tasks of the National Central Bank to those of the ECB.

Kandydat Potrafi odnieść pozycję i zadania narodowego banku centralnego do pozycji i zadań EBC.

- A.2.2.1 He/she can name the decision-making bodies of the national central bank in his/her country and compare it with the Eurosystem.
Potrafi wymienić ciała podejmujące decyzje w narodowym banku centralnym jego kraju i porównać je z Eurosystemem.
- A.2.2.2 He/she can name and describe the monetary policy of his/her national central bank (if his/her country is not a member of the Eurosystem).
Potrafi nazwać i opisać politykę monetarną w jego narodowym banku centralnym (jeżeli jego kraj nie jest członkiem Eurosystemu).
- A.2.2.3 He/she can name the instruments of the national central bank for the monetary policy implementation.
Potrafi wymienić instrumenty narodowego banku centralnego służące do wdrażania polityki monetarnej.

A.2.3 OTHER MONETARY SYSTEMS IN EU

INNE SYSTEMY PIENIĘŻNE W UNII EUROPEJSKIEJ

The student is able to name currencies of other countries and explain the relationships among different currency systems.

Kandydat potrafi nazwać waluty innych państw i wyjaśnić różnice pomiędzy różnymi systemami walutowymi.

- A.2.3.1 The student can name the countries who do not operate the Euro and identify their currencies.
Potrafi wymienić państwa, w których walutą płatniczą nie jest euro i potrafi określić waluty tych państw.
- A.2.3.2 The student can explain the relationships among different currency systems.
Potrafi wyjaśnić relacje pomiędzy różnymi systemami walutowymi.

MODUŁ B

WSPÓLZALEŻNOŚĆ PRODUKT - KLIENT PRODUCT – CUSTOMER RELATIONSHIP

B.1: PRODUCTS, CUSTOMERS, DISTRIBUTION & COMPETITION PRODUKTY, KLIENCI, DYSTRYBUCJA I KONKURENCJA

B.1.1 PRODUCTS

PRODUKTY

The student is able to interpret a bank's financial statements.

Kandydat potrafi zinterpretować sprawozdania finansowe banku

- B.1.1.1 The student can define the fundamentals of bank accounting.
Potrafi zdefiniować podstawowe pojęcia rachunkowości bankowej.
- B.1.1.2 He / she can define the items on both the balance sheet and profit & loss account which appear in the public annual report of a bank.
Potrafi zdefiniować pozycje występujące w bilansie oraz w rachunku zysków i strat – dokumentach zawartych w sprawozdaniu rocznym banku podawanym do wiadomości publicznej
- B.1.1.3 He / she can distinguish the so-called asset and liability products in terms of liquidity and solvency.
Potrafi rozróżnić produkty należące do grupy aktywów lub pasywów pod względem stopnia ich płynności i wypłacalności (zbywalności, zapadalności)
- B.1.1.4 He / she can define:
 - Interest margin products
 - Fee operations products
 - Off-balance productsPotrafi zdefiniować:
 - Produkty z marżą odsetkową
 - Produkty, za które pobierane są opłaty i/lub prowizje
 - Produkty pozabilansowe
- B.1.1.5 He / she can relate any given bank product into the categories mentioned above both to the balance sheet and to the profit and loss account.
Potrafi przypisać każdy produkt bankowy do odpowiedniej wyżej wymienionej grupy zarówno w bilansie jak i rachunku zysków i strat
- B.1.1.6 He / she can describe the correlation between banks and financial markets.
Potrafi opisać współzależność między bankami a rynkami finansowymi
- B.1.1.7 He / she is able to define the intermediary role that a bank plays in relation to products of the categories mentioned under B.1.1.3.
Potrafi zdefiniować rolę banku jako pośrednika w odniesieniu do poszczególnych produktów wymienionych w punkcie B1.1.3.
- B.1.1.8 He / she can contrast intermediation with modern technological development.
Potrafi wskazać kontrast (sprzeczność) między pośrednictwem a najnowszymi osiągnięciami technologicznymi

B.1.2 CUSTOMERS

KLIENCI

The student is able to segment the customer market and relate products to customer profiles.

Kandydat potrafi przeprowadzić segmentację rynku klientów i dopasować produkty do profilu klienta

- B.1.2.1 He / she is able to describe what customer segmentation is and the criteria used.

- Potrafi opisać, na czym polega segmentacja klientów i przedstawić stosowane kryteria segmentacji
- B.1.2.2 He / she can associate customer segmentation with the overall strategy of a bank.
Potrafi powiązać segmentację klientów z ogólną strategią banku
- B.1.2.3 He / she can define terms as:
- Customer behaviour
 - Customer decision process
 - Satisfaction measurement
- Potrafi zdefiniować następujące pojęcia:
- Zachowanie klienta
 - Proces podejmowania decyzji przez klienta
 - Pomiar stopnia satysfakcji klienta
- B.1.2.4 He / she can describe the concept of Customer Relation Management (CRM) and identify why a bank uses this concept.
Potrafi opisać koncepcję CRM (Zarządzanie relacjami z klientem) i wyjaśnić dlaczego bank ją stosuje

B.1.3 DISTRIBUTION & COMPETITION

DYSTRYBUCJA I KONKURENCJA

The student is able to describe how a bank sells its products and what the competition is from non-bank institutions. Kandydat potrafi opisać, jak bank sprzedaje swoje produkty i jaką konkurencję stanowią dla niego instytucje para-bankowe

- B.1.3.1 He / she can define the distribution channels of a bank.
Potrafi zdefiniować kanały dystrybucji wykorzystywane przez bank
- B.1.3.2 He / she can list the advantages and disadvantages of those channels.
Potrafi wymienić zalety i wady tych kanałów
- B.1.3.3 He / she can describe how the distribution channel is influenced by
- Customer needs
 - Competition
 - Technological development
- Potrafi opisać, w jaki sposób:
- Potrzeby klienta
 - Konkurencja
 - Rozwój technologii
- wpływają na rozwój kanałów dystrybucji
- B.1.3.4 He / she can describe the development of the 'traditional' branch network and the on-going need for restructuring
Potrafi opisać rozwój „tradycyjnej” sieci oddziałów i ciągłą potrzebę modernizacji
- B.1.3.5 He / she can define terms like:
- Financial supermarket
 - Franchising
 - Cross-selling
 - Cherry picking
- Potrafi zdefiniować takie pojęcia jak:
- Finansowy supermarket
 - Franszyza
 - Sprzedaż krzyżowa (wiązana)
 - „Zbieranie śmietanki”
- B.1.3.6 He / she can describe the main trends in banking both worldwide and especially in Europe.
Potrafi opisać główne trendy w bankowości światowej ze szczególnym uwzględnieniem bankowości europejskiej

- B.1.3.7 He / she explain the appearance of non-bank competitors and their competitive advantages.
Potrafi wyjaśnić pojawienie się para-bankowych konkurentów i obszary ich przewagi konkurencyjnej

B.2: THE RETAIL CUSTOMER KLIENT DETALICZNY

B.2.1 RETAIL CUSTOMER SEGMENTATION SEGMENTACJA KLIENTÓW DETALICZNYCH

The student should be able to understand who the retail customers are and how they can be distinguished.
Kandydat powinien rozumieć, kto to są klienci detaliczni i jakie są kryteria ich rozróżniania

- B.2.1.1 He/she can define the retail customer.
Potrafi zdefiniować klienta detalicznego.
- B.2.1.2 He/she can name the most common ways of segmentation of the retail customer (by age, wealth, and residence).
Potrafi wymienić najczęściej stosowane sposoby segmentacji klientów detalicznych (pod względem wieku, zamożności, miejsca zamieszkania)
- B.2.1.3 He/she can describe the life cycle of the retail customer.
Potrafi opisać cykl życia klienta detalicznego.
- B.2.1.4 He/she can depict why banks segment their retail customers (different needs and potentials).
Potrafi zilustrować przyczyny przeprowadzania segmentacji klientów detalicznych (różne potrzeby i potencjał).
- B.2.1.5 He/she can list the legal aspects involved as a consequence of the differing legal status of the retail customers.
Potrafi wymienić aspekty prawne powstające na skutek zróżnicowania statusu prawnego klienta detalicznego.

B.2.2 RETAIL CUSTOMER PRODUCTS AND SERVICES PRODUKTY I USŁUGI OFEROWANE KLIENTOM DETALICZNYM

The student is able to define what bank products / services can be offered to the retail customer and describe the processes involved.

Kandydat potrafi zdefiniować, które produkty i usługi bankowe mogą być oferowane klientom detalicznym i opisać procesy z tym związane.

- B.2.2.1 He/she can classify the retail customer products and services in interest margin products and fee services.
Potrafi wskazać produkty oferowane klientowi detalicznemu należące do grupy produktów z marżą odsetkową i produkty, za które pobierane są opłaty i/lub prowizje
- B.2.2.2 He/she can relate the cost structure and risks to the classification of the products and services for the retail customer.
Potrafi powiązać strukturę kosztów i rodzaje ryzyka z klasyfikacją produktów i usług oferowanych klientowi detalicznemu.
- B.2.2.3 He/she can divide the interest margin products for the retail customer in liability and asset products.
Potrafi podzielić produkty z marżą odsetkową oferowane klientowi detalicznemu na produkty należące do grupy aktywów i pasywów
- B.2.2.4 He/she can list the motives why the retail customer is interested in saving products
Potrafi wymienić przyczyny, dla których klient detaliczny jest zainteresowany produktami umożliwiającymi gromadzenie oszczędności.
- B.2.2.5 He/she can make a distinction between the notions of saving and investing.
Potrafi rozróżnić znaczenie pojęć oszczędzanie i inwestowanie

- B.2.2.6 He/she can describe the administrative process involved in saving products for the retail customer.
Potrafi opisać procedury administrowania w przypadku produktów oszczędnościowych oferowanych klientowi detalicznemu.
- B.2.2.7 He/she can list the different loan products for the retail customer.
Potrafi wymienić różne produkty kredytowe oferowane klientowi detalicznemu.
- B.2.2.8 He/she can describe the notion of collateral and define the several formats of collateral.
Potrafi opisać prawne aspekty zabezpieczeń spłaty kredytów i zdefiniować kilka z nich
- B.2.2.9 He/she can describe the administrative process of non-mortgage loans to the retail customer and the legal aspects involved.
Potrafi opisać proces administrowania kredytami nie-hipotecznymi oferowanymi klientowi detalicznemu i jego aspekty prawne
- B.2.2.10 He/she can describe the mortgage loan process in the following terms:
 - The legal aspects of ownership transfer
 - The legal aspects of mortgaging
 - Relating income to the price of the house and the mortgage requested
 - The listing of the necessary documents and control of those documents
 - The follow-up process and control
Potrafi opisać proces udzielania kredytu hipotecznego z uwzględnieniem:
 - Prawnych aspektów cesji praw własności
 - Prawnych aspektów ustanawiania hipoteki
 - Powiązania dochodów klienta z jego zdolnością kredytową
 - Specyfikacji niezbędnych dokumentów i ich kontroli
 - Monitorowania udzielonych kredytów hipotecznych
- B.2.2.11 He/she can describe and differentiate the payment services open to the retail customer.
Potrafi wymienić i opisać usługi rozliczeniowe oferowane klientowi detalicznemu.
- B.2.2.12 He/she can define what a current account is and the importance of this account.
Potrafi zdefiniować pojęcie i znaczenie rachunku bieżącego
- B.2.2.13 He/she can distinguish the several card services open to the retail customer.
Potrafi wymienić kilka rodzajów produktów kartowych oferowanych klientowi detalicznemu
- B.2.2.14 He/she can explain why the electronisation of retail customer products and services is both in the interest of the bank and the customer.
Potrafi wyjaśnić, dlaczego rozwój elektronicznych form dystrybucji elektroniczna produkty i usług oferowanych klientowi detalicznemu leży zarówno w interesie klienta, jak i banku.

B.2.3 SEGMENTATION AND PRIVATE CUSTOMER PRODUCTS AND SERVICES SEGMENTACJA A PRODUKTY I USŁUGI OFEROWANE KLIENTOWI INDYWIDUALNEMU

The student is able to correlate private customer needs with products and services.

Kandydat potrafi skorelować potrzeby klienta indywidualnego z dostępnymi produktami i usługami

- B.2.3.1 He/she can describe the relationship between the life cycle and the need for private customer products and services.
Potrafi opisać zależność pomiędzy cyklem życia a zapotrzebowaniem na określone produkty i usługi
- B.2.3.2 He/she can explain the notion of financial planning.
Potrafi wyjaśnić znaczenie doradztwa finansowego (doradca klienta)
- B.2.3.3 He/she can describe in general terms the activities of the Financial Planner.
Potrafi opisać rolę doradcy finansowego

B.3: THE CORPORATE CUSTOMER KLIENT KORPORACYJNY BANKU

B.3.1 COMPANY CUSTOMER SEGMENTATION SEGMENTACJA PRZEDSIĘBIORCÓW

The student is able to divide the company customer according to criteria that are of influence to the bank / customer relationship.

Kandydat potrafi dokonać podziału przedsiębiorców zgodnie z kryteriami, które są znaczące z punktu widzenia relacji między bankiem a klientem

- B.3.1.1 He/she can describe why the size of the company is of influence on the financial instruments offered.
Potrafi opisać, dlaczego wielkość przedsiębiorstwa ma wpływ na rodzaj oferowanych produktów
- B.3.1.2 He/she can explain in what way the main activities of a company create different financial needs.
Potrafi wyjaśnić, w jaki sposób podstawowa działalność przedsiębiorcy kreuje różne potrzeby finansowe.
- B.3.1.3 He /she can define the differences between profession driven commercial activities and non profession driven commercial activities.
Potrafi zdefiniować różnice pomiędzy działalnością gospodarczą bezpośrednio związaną z wykonywanym zawodem i innymi rodzajami działalności gospodarczej.
- B.3.1.4 He /she can list the legal formats in which commercial activities can take place.
Potrafi wymienić formy prawne prowadzenia działalności gospodarczej
- B.3.1.5 He / she can define for:
- The commercial (private) entrepreneur
 - The limited company
 - The association
 - The foundation
 - Municipalities / local authorities, councils
- The legal aspects related to:
- Ownership
 - Responsibility
- Potrafi zdefiniować dla:
- Indywidualnego przedsiębiorcy
 - Spółki
 - Stowarzyszenia
 - Fundacji
 - Władz lokalnych / władz samorządowych różnego szczebla
- aspekty prawne:
- form własności
 - zakresu odpowiedzialności
- B.3.1.6 He/she can estimate in general what impact the choice of a legal format (for a company) has on taxation.
Potrafi oszacować, jaki wpływ ma wybór formy prawnej firmy na aspekty podatkowe.

B.3.2 COMPANY CUSTOMER PRODUCTS AND SERVICES PRODUKTY I USUGI OFEROWANE PRZEDSIĘBIORCOM

The student is able to understand that company finance is a total concept and that products and services are embedded in the financial structure of the company.

Kandydat rozumie, że finanse przedsiębiorstwa to koncepcja całościowa a produkty i usługi bankowe są wpisane w finansową strukturę przedsiębiorstwa

- B.3.2.1 He/she can explain the difference between standard and tailor made products and services.
Potrafi wyjaśnić różnicę między produktami standardowymi i produktami dostosowanymi do potrzeb przedsiębiorcy
- B.3.2.2 He/she can describe why and in what way intermediation by banks can differ according to the size of the company served.
Potrafi opisać, dlaczego i w jaki sposób rola pośrednicząca banku zależy od wielkości danego przedsiębiorcy
- B.3.2.3 He/she can classify the company customer products and services in interest margin products and fee services.
Potrafi rozdzielić produkty i usługi oferowane przedsiębiorcom na produkty z marżą odsetkową i te, za które pobierane są opłaty li/lub prowizje
- B.3.2.4 He/she can relate the cost structure and risks to the classification of the products and services for the company customer.
Potrafi przypisać do danego produktu bądź usługi koszt i ryzyko z nim związane
- B.3.2.5 He/she can divide the interest margin products for the company customer in liability and asset products.
Potrafi podzielić produkty z marżą oferowane przedsiębiorcy na produkty z grupy aktywów i pasywów
- B.3.2.6 He/she can list the several ways a company can deal with a positive cash flow.
Potrafi wskazać sposoby zarządzania dodatkimi przepływami pieniężnymi w przedsiębiorstwie
- B.3.2.7 He/she can explain the difference between the private and company customer in relation to the concept of saving and investment.
Potrafi wyjaśnić różnicę między klientem indywidualnym a przedsiębiorcą w odniesieniu do koncepcji oszczędzania i inwestowania
- B.3.2.8 He/she can describe the so-called *golden rule of finance*
Potrafi opisać tzw. *Złotą regułę finansowania*
- B.3.2.9 He/she can define the loan products for company customers classified by term.
Potrafi zdefiniować produkty kredytowe oferowane przedsiębiorstwom w zależności od okresu kredytowania
- B.3.2.10 He/she can contrast the notions of financial structuring and object related loans.
Potrafi rozróżnić kredyty podmiotowe od przedmiotowych
- B.3.2.11 He/she can define products such as:
 - Factoring
 - Leasing
Potrafi zdefiniować następujące produkty:
 - Faktoring
 - Leasing
- B.3.2.12 He/she can describe the fee services the bank can offer to the company customer.
Potrafi opisać usługi oferowane przedsiębiorcy, za które pobierane są opłaty i prowizje
- B.3.2.13 He / she can describe the national and international (documentary) payment services available to the company customer.
Potrafi opisać krajowe i zagraniczne (dokumentowe) usługi rozliczeniowe dostępne dla klientów instytucjonalnych
- B.3.2.14 He/she can describe the role of the bank as intermediary for the company with respect to shares and bonds.
Potrafi opisać rolę banku jako pośrednika dla przedsiębiorcy w odniesieniu do akcji i obligacji

B.3.3 FINANCIAL NEEDS AND PRODUCTS AND SERVICES POTRZEBY FINANSOWE A PRODUKTY I USŁUGI

- B.3.3.1 He/she can describe the lending process and define the following stages:
 - Interviewing the customer
 - Credit application
 - Authorisation

- Credit offering
- Surveillance
- Credit review
- Special surveillance

Potrąfi opisać proces kredytowania i zdefiniować następujące etapy:

- Rozmowa z klientem
- Wniosek kredytowy
- Ocena standingu ekonomiczno-finansowego klienta
- Umowa kredytowa
- Zabezpieczenie prawne i klauzule zabezpieczające
- Monitorowanie kredytu
- Dodatkowe klauzule zabezpieczające (dobebezpieczenie kredytu)

B.3.3.2 He/she can describe the differences and similarities between the financial needs of the private and company customer.

Potrąfi opisać różnice i podobieństwa między potrzebami finansowymi klienta indywidualnego a przedsiębiorcy

B.4: THE INSTITUTIONAL CUSTOMER KLIENT INSTYTUCJONALNY Z SEKTORA FINANSOWEGO

B.4.1 FINANCIAL NEEDS OF THE INSTITUTIONAL CUSTOMER PPOTRZEBY FINANSOWE KLIENTA INSTYTUCJONALNEGO

The student is able to define the institutional customer and describe the financial needs of the institutional customer.

Kandydat potrafi zdefiniować klienta instytucjonalnego z sektora finansowego i opisać jego potrzeby finansowe

B.4.1.1 He/she can define the institutional customer as a commercial entity.

Potrąfi zdefiniować klienta instytucjonalnego jako podmiot komercyjny

B.4.1.2 He /she can describe the reasons why banks and institutional customers like to deal with each other and list the areas of co-operation.

Potrąfi opisać powody, dla których banki i instytucje z sektora finansowego są skłonne współpracować ze sobą i potrafi wymienić obszary współpracy

B.4.2 FINANCIAL NEEDS AND PRODUCTS AND SERVICES POTRZEBY FINANSOWE, PRODUKTY I USŁUGI

The student is able to describe the products and processes involved in dealing with institutional customers.

Kandydat potrafi opisać produkty i proces transakcji międzybankowych

B.4.2.1 He/ she can describe the interbank market.

Potrąfi opisać rynek międzybankowy

B.4.2.2 He/she can show how banks manage their liquidity on the interbank market.

Potrąfi przedstawić sposób zarządzania płynnością banku poprzez rynek międzybankowy

B.4.2.3 He/she can define the notion of derivative products.

Potrąfi zdefiniować znaczenie instrumentów pochodnych

B.4.2.4 The student can describe the role of central banks on the interbank market.

Potrąfi określić wpływ banku centralnego na rynek międzybankowy.

B.5: MANAGING NEEDS, RISKS AND COSTS ZARZĄDZANIE POTRZEBAMI, RYZYKIEM I KOSZTAMI

B.5.1 ZARZĄDZANIE AKTYWAMI I PASYWAMI ASSET & LIABILITY MANAGEMENT (ALM)

The student is able to describe the notion of ALM and why banks need ALM.

Kandydat potrafi opisać pojęcie „zarządzanie aktywami i pasywami” oraz powody jego stosowania.

- B.5.1.1 He/she can name and define the main assets and liabilities of a bank.
Potrafi wymienić i zdefiniować główne składniki aktywów i pasywów banku
- B.5.1.2 He/she can distinguish between liquidity and solvency and can describe the trade off between liquidity, solvency and earning power.
Potrafi rozróżnić płynność od wypłacalności i potrafi opisać współzależność pomiędzy płynnością, wypłacalnością a zyskowością
- B.5.1.3 The student can shortly describe liquidity planning through liquidity position and Gap analysis
Potrafi krótko opisać planowanie płynności poprzez analizę pozycji płynności i analizę luki
- B.5.1.4 The student can define the proper tools of ALM.
Potrafi zdefiniować narzędzia właściwe dla zarządzania aktywami i pasywami
- B.5.1.5 The student is able to calculate funding requirements on a basic level.
Potrafi określić wymagania kapitałowe istotne przy analizie współczynnika wypłacalności

B.5.2 RISK MANAGEMENT ZARZĄDZANIE RYZYKIEM

The student is able to define the different risk concepts and to classify the tools to limit those risks.

Kandydat potrafi zdefiniować różne rodzaje ryzyka i sklasyfikować narzędzia ograniczające poszczególne rodzaje ryzyka

- B.5.2.1 He/she can define operational risk and write down the major types of operational risk.
Potrafi zdefiniować ryzyko operacyjne i wymienić główne typy ryzyka operacyjnego
- B.5.2.2 The student can define credit risk.
Potrafi zdefiniować ryzyko kredytowe
- B.5.2.3 The student can define market risk and knows the tools to measure and control it.
Potrafi zdefiniować ryzyko rynku i zna narzędzia pozwalające je mierzyć i kontrolować
- B.5.2.4 The student can describe what effects operational risks have on the bank and how they can be controlled.
Potrafi opisać, jaki wpływ na bank ma ją różne rodzaje ryzyka operacyjnego i jak mogą być kontrolowane
- B.5.2.5 The student can define how credit risk is measured and how it can be controlled through scoring systems.
Potrafi zdefiniować sposób pomiaru ryzyka kredytowego i wyjaśnić w jaki sposób system scoringowy pozwala kontrolować to ryzyko
- B.5.2.6 The student can explain why loan classification is an important tool of credit monitoring.
Potrafi wyjaśnić, dlaczego klasyfikacja kredytów jest ważnym narzędziem monitorowania kredytów
- B.5.2.7 The student is able to define compliance risk.
Potrafi określić ryzyko związane z compliance.

B.5.3 POŚREDNICTWO (DIS)INTERMEDIATION

The student is able to define what (dis)intermediation is.

Kandydat potrafi zdefiniować, na czym polega pośrednictwo i brak pośrednictwa bankowego

- B.5.3.1 He/she can describe the processes of intermediation and disintermediation and give examples.
Potrafi opisać procesy pośrednictwa i braku pośrednictwa banku i podać przykłady
- B.5.3.2 He/she can interpret the trend for disintermediation.
Potrafi zinterpretować trendy procesów prowadzących do zaniku roli banku jako pośrednika
- B.5.3.3 He/she can explain why disintermediation has a negative effect on the bank's earnings and what banks can do to avoid that.
Potrafi wyjaśnić, dlaczego zawężanie roli pośrednika ma negatywny wpływ na dochody banku i jakie są możliwości zapobiegania temu zjawisku

B.5.4 COSTS AND PRICING KOSZTY I WYCENA

The student is able to describe the cost and pricing mechanism of banking products.

Kandydat potrafi opisać koszt i mechanizm wyceny produktów bankowych

- B.5.4.1 He /she can explain the main principles of pricing, and can describe what funding costs are and where the different profit categories of the bank derive from.
Potrafi wyjaśnić podstawowe zasady wyceny i potrafi opisać jakie są koszty pozyskania pieniądza i skąd pochodzą różne kategorie zysku banku
- B.5.4.2 He /she can differentiate between floating and fixed pricing.
Potrafi rozróżnić wycenę kosztów stałych od wyceny kosztów zmiennych
- B.5.4.3 He/she can name the main types and examples of reference rates that are used by banks.
Potrafi wymienić główne rodzaje i przykłady wskaźników referencyjnych stosowanych przez banki
- B.5.4.4 He/she can describe the relationship between pricing and customer profitability.
Potrafi opisać związki pomiędzy wyceną produktów bankowych a dochodowością klienta

B.5.5 FINANCIAL MANAGEMENT ZARZĄDZANIE FINANSAMI

The student is able to describe the main financial management techniques used by bankers.

Kandydat potrafi określić podstawowe techniki zarządzania finansami stosowane w bankowości.

- B.5.5.1 The student can explain the differences between financial and managerial reporting.
Potrafi wyjaśnić różnice pomiędzy sprawozdawczością finansową a sprawozdawczością zarządczą
- B.5.5.2 The student can explain the role and significance of managerial reporting in decision making process.
Potrafi określić rolę i znaczenie, jakie odgrywa sprawozdawczość zarządcza w procesie podejmowania decyzji
- B.5.5.3 The student can explain the factors that effect the Bank's performance and understand performance reports.
Potrafi wyjaśnić, jakie czynniki mają wpływ na wyniki banku i rozumie raporty rentowności.
- B.5.5.4 The student can explain and interpret the key performance indicators (KPI's) ROA, ROE, ROI, CIR, RAROC.
Potrafi opisać wyjaśnić i zinterpretować kluczowe wskaźniki rentowności (KPI's) ROA, ROE, ROI, CIR, RAROC.

B.5.6 THE INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS
MIĘDZYNARODOWE STANDARDY RACHUNKOWOŚCI

The student is able to describe the main provisions of international accounting standards which impact on banking balance sheet.

Kandydat potrafi określić podstawowe klauzule międzynarodowych standardów rachunkowości, które mają wpływ na bilans banku.

CLUSTER C **THE BEHAVIOURAL ASPECTS**
MODUŁ C **ASPEKTY BEHAWIORALNE**

C.I **ETHICS**
ETYKA

C.I.1 **ETHICAL THINKING**
ETYCZNE MYŚLENIE

The student is able to describe in a broad way what is meant by ethical thinking.
kandydat potrafi ogólnie opisać, co oznacza myślenie etyczne.

- C.I.1.1 He/she can describe the notion of ethics.
Potrafi opisać pojęcie etyki.
- C.I.1.2 He/she can define what factors influence ethical thinking
Potrafi zdefiniować czynniki wpływające na myślenie etyczne.
- C.I.1.3 He/she can relate mission statements with ethical behaviour
Potrafi powiązać misję firmy z zachowaniem etycznym.

C.I.2 **BUSINESS ETHICS**
ETYKA W BIZNESIE

The student is able to interpret how business ethics can be viewed.
Kandydat potrafi zinterpretować sposoby postrzegania etyki w biznesie.

- C.I.2.1 He/she can define the notion of business ethics.
Potrafi zdefiniować pojęcie etyki w biznesie.
- C.I.2.2 He/she can describe the notion of normative ethics and the factors on which it is based.
Potrafi opisać pojęcie etyki normatywnej oraz czynników, na których się opiera.
- C.I.2.3 He/she can contrast the notions of normative and analytical ethics.
Potrafi odróżnić pojęcia etyki normatywnej i analitycznej.
- C.I.2.4 He/she can show how and why notions as duty, rights and interests influence ethical thinking.
Potrafi pokazać, jak i dlaczego pojęcia takie jak obowiązek, prawa i interesy wpływają na myślenie etyczne.

C.I.3 **BANKING AND ETHICS**
BANKOWOŚĆ I ETYKA

The student is able to describe why ethical behaviour is important in the banking sector.
Kandydat potrafi wyjaśnić, dlaczego zachowanie etyczne jest ważne w sektorze bankowym.

- C.I.3.1 He/she can describe the bank-customer relationship in other terms than contractual and place codes of conduct/ethics in this context.
Potrafi opisać relację bank-klient w kategoriach innych niż wynikających z umowy bankowej oraz umiejscowić kodeksy zachowania/etyki w tym kontekście.
- C.I.3.2 He/she can define the notions of trust and confidentiality in banking and describe the tension between these notions and commercial banking activities.

- Potrąfi zdefiniować pojęcia zaufania i poufności w bankowości oraz opisać napięcie pomiędzy tymi pojęciami i komercyjną działalnością bankową.
- C.I.3.3 He/she can define terms like:
- Money laundering
 - Insider trading
 - Chinese walls
 - Market abuse
- Potrąfi zdefiniować takie terminy jak:
- Pranie pieniędzy
 - Wykorzystywanie informacji wewnętrznych do własnego inwestowania (ang. Insider trading)
 - Mury chińskie
 - Nadużycia rynkowe
- C.I.3.4 He/she can describe the notion of compliance.
Potrąfi opisać pojęcie zgodności (ang. Compliance).
- C.I.3.5 He/she can interpret the impact of change on corporate culture and its possible effects on ethical behaviour.
Potrąfi zinterpretować wpływ zmian dotyczących kultury korporacyjnej oraz możliwe skutki w zachowaniach etycznych.

C.II MARKETING
C.II MARKETING

The student is able to describe marketing as a process and relate it to the customer relationship.
Kandydat potrąfi opisać marketing jako proces i odnieść go do relacji z klientem.

- C.II.1 He/she can describe in general terms the importance of marketing for a bank.
Potrąfi ogólnie opisać znaczenie marketingu dla banku.
- C.II.2 He/she can define market segmentation and describe its relationship to strategy.
Potrąfi zdefiniować segmentację rynku oraz opisać jej powiązania ze strategią.
- C.II.3 He/she can relate notions such as quality, customer satisfaction and customer loyalty.
Potrąfi powiązać takie terminy jak jakość, satysfakcja klienta oraz lojalność klienta.
- C.II.4 He/she can describe in broad terms the marketing aspects involved in retail banking and describe how this leads to the private banking concept.
Potrąfi ogólnie opisać aspekty marketingowe powiązane z bankowością detaliczną oraz przedstawić, jak te związki prowadzą do koncepcji bankowości prywatnej.
- C.II.5 He/she can describe in broad terms the marketing aspects involved in corporate banking.
Potrąfi ogólnie opisać aspekty marketingowe powiązane z bankowością korporacyjną.
- C.II.6 He/she can relate the notions of centralised and decentralised marketing in a bank.
Potrąfi porównać pojęcia scentralizowanego i zdecentralizowanego marketingu w banku.
- C.II.7 He/she can describe the planning process in marketing.
Potrąfi opisać proces planowania marketingowego.
- C.II.8 He/she can describe the role that a branch plays in the marketing strategy of a bank.
Potrąfi opisać rolę, jaką oddział pełni w strategii marketingowej banku.
- C.II.9 He/she can describe the monitoring and control process of marketing on the branch level.
Potrąfi opisać proces monitoringu i kontroli marketingowej na poziomie oddziału.

- C.II.10 He/she can define what a marketing mix is and mention the variables on which the marketing mix is based on.
Potrafi zdefiniować, czym jest marketing mix oraz wymienić zmienne, na których jest oparty.
- C.II.11 He/she can describe the direct marketing process and relate it to relational marketing.
Potrafi opisać proces marketingu bezpośredniego oraz odnieść go do marketingu relacji.
- C.II.12 He /she can describe the relationship between marketing and the information systems / data available within the bank.
Potrafi opisać związek pomiędzy marketingiem i systemami informatycznymi/bazami danych dostępnymi w banku.

C.III MANAGEMENT
C.III ZARZĄDZANIE

The student is able to describe the management process and understand the impact of this process on the working and labour conditions related to his/her job.

Kandydat potrafi opisać proces zarządzania i rozumie wpływ tego procesu na warunki pracy i płacy na stanowisku, na którym jest zatrudniony.

- C.III.1 He/she can define planning as a management function and mention the prerequisites for effective planning, as well as describe the hierarchy of goals in the organisation.
Potrafi zdefiniować planowanie jako funkcję zarządzania i wymienić warunki wstępne niezbędne dla efektywnego planowania, jak również opisać hierarchie celów w organizacji.
- C.III.2 He/she can characterise the two basic forms of organisational structure (i.e. functional and object-oriented).
Potrafi scharakteryzować dwie podstawowe formy struktury organizacyjnej, tzn. funkcjonalną i zadaniową.
- C.III.3 He/she can define the notions of authority and delegation in an organisation as well as the difference between staff and line employment.
Potrafi zdefiniować pojęcie kompetencji do podejmowania decyzji i delegowania w organizacji oraz różnicę pomiędzy personelem sprzedażowym ("produkcyjnym") i personelem wsparcia.
- C.III.4 He/she can describe what Human Resources Management (HRM) is and relate HRM to the national legal labour framework.
Potrafi opisać, czym jest zarządzanie zasobami ludzkimi i odnieść ZZL do krajowych przepisów dotyczących zatrudnienia.
- C.III.5 He/she can define notions such as:
- Assessment of performance
 - Career planning
- Potrafi zdefiniować takie pojęcia jak:
- Ocena wyników
 - Planowanie kariery
- C.III.6 He/she can relate training and personal development to self employment.
Potrafi powiązać szkolenie i rozwój osobisty z samozatrudnieniem.
- C.III.7 He/she can explain the difference between management and leadership.
Potrafi wyjaśnić różnicę pomiędzy zarządzaniem i przywództwem.
- C.III.8 He/she can describe the role of communication within the management process.
Potrafi opisać rolę komunikacji w procesie zarządzania.
- C.III.9 He/she can relate management control to management planning.
Potrafi powiązać kontrolę zarządczą z planowaniem zarządczym.
- C.III.10 He/she can define the notions corporate culture and corporate identity.
Potrafi zdefiniować pojęcia kultury i tożsamości korporacyjnej.
- C.III.11 He/she can define self management as a tool for personal employment

C.III.12 Potrafi zdefiniować samzarządzanie jako narzędzie osobistego rozwoju.
He/she can describe notions as:

- Motivation
- Verbal and non-verbal communication
- Conflict and stress handling

Potrafi opisać takie pojęcia jak:

- Motywacja
- Werbalna i niewerbalna komunikacja
- Radzenie sobie w sytuacji konfliktu i stresu