



**WYDZIAŁ  
EKONOMICZNO-  
-SOCJOLOGICZNY**

Uniwersytet Łódzki

**Zagadnienia na egzamin magisterski dla kierunku Finanse i rachunkowość,  
moduł Instytucje i produkty finansowe,  
obowiązujące studentów zdających egzamin dyplomowy od roku  
akademickiego 2022/2023**

<b>ZAGADNIENIA*</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Produkty kredytowe dla klientów indywidualnych</li><li>2. Produkty emerytalne – istota i rodzaje</li><li>3. Metody ustalania ceny produktów bankowych</li><li>4. Istota, funkcje i produkty private banking, charakterystyka wybranego produktu</li><li>5. Niebankowe instytucje finansowe - charakterystyka wybranej instytucji</li><li>6. Instytucje finansowe jako podmioty zaufania publicznego. Znaczenie regulacji ich działalności i nadzoru nad ich funkcjonowaniem</li><li>7. Zawartość informacyjna sprawozdania finansowego banku lub zakładu ubezpieczeń</li><li>8. Wskaźniki finansowe stosowane do oceny kondycji finansowej banku lub zakładu ubezpieczeń, charakterystyka wybranej grupy wskaźników</li><li>9. CRM (Customer Relationship Management) jako narzędzie zarządzania relacjami z klientem na rynku usług finansowych</li><li>10. Metody oceny satysfakcji i lojalności klientów usług finansowych w procesie zarządzania relacjami</li></ol>
<b>EFEKTY UCZENIA SIĘ</b>	<p>06FB-2A_W01 Ma rozszerzoną wiedzę o finansach, jako dyscyplinie naukowej, o miejscu finansów w systemie nauk społecznych</p> <p>06FB-2A_W02 Ma rozszerzoną wiedzę o systemie finansowym państwa oraz pogłębioną wiedzę w odniesieniu do poszczególnych elementów systemu finansowego</p> <p>06FB-2A_W03 Identyfikuje modele systemu finansowego</p> <p>06FB-2A_W04 Identyfikuje instytucje finansowe, ich funkcje oraz zadania, zwłaszcza rolę na rzecz gospodarki w perspektywie ekonomicznej i społecznej</p> <p>06FB-2A_W05 Rozpoznaje i objaśnia koncepcje i metody zarządzania relacjami z klientami. Jest w stanie zdefiniować pojęcie produktu finansowego</p> <p>06FB-2A_W06 Zna źródła danych oraz metody i narzędzia do oceny sytuacji majątkowo-finansowej instytucji finansowych. Student jest w stanie objaśnić poszczególne etapy przebiegu procesu oceny i porównania produktów finansowych począwszy od gromadzenia dokumentów, poprzez proces wnioskowania o dany produkt a skończywszy na kalkulacji cen i kosztów poszczególnych produktów finansowych</p> <p>06FB-2A_W07 Ma pogłębioną wiedzę o rachunkowości instytucji finansowych, zna zawartość informacyjną sprawozdań finansowych instytucji finansowych i odzwierciedlenie w nich kluczowych operacji i produktów tych podmiotów</p> <p>06FB-2A_W08 Identyfikuje problemy z zakresu kreowania relacji z klientem przy wykorzystaniu narzędzi CRM, w tym CRM</p> <p>06FB-2A_W09 Ma pogłębioną wiedzę o obszarach i efektach działalności różnych typów instytucji finansowych, zna i rozumie wpływ oraz konsekwencje trudnej sytuacji finansowej instytucji finansowych dla gospodarki i społeczeństwa. Jest w stanie objaśnić mechanizm przekształcania oszczędności w inwestycje na rynkach finansowych</p> <p>06FB-2A_W10 Jest w stanie wymienić produkty oferowane przez poszczególne instytucje finansowe z uwzględnieniem produktów łączonych, scharakteryzować proces budowania oferty produktowej pod względem prawnym i finansowym</p> <p>06FB-2A_W13 Przedstawia procesy i narzędzia zarządzania relacjami z klientami</p> <p>06FB-2A_U01 Posiada umiejętność rozumienia i analizowania funkcjonowania instytucji finansowych w systemie, ich rozwoju i ewolucji. Potrafi wyszukać i pozyskać dane i informacje do dokonania oceny sytuacji finansowej różnych instytucji finansowych</p> <p>06FB-2A_U02 Umie zastosować wiedzę na temat instrumentów finansowych w praktyce zarządzania ofertą produktowo-usługową banku. Potrafi obliczyć wskaźniki finansowe w oparciu o pozyskane dane i interpretuje ich wartości. Ocenia możliwości wyboru i zastosowania określonych narzędzi, umożliwiających mu przygotowanie działań CRM w praktyce</p>

EFEKTY UCZENIA SIĘ	<p>06FB-2A_U03 Potrafi interpretować rolę aspektów prawnych i finansowych w konstruowaniu oferty produktowej. Analizuje i ocenia sytuację dotychczasowego klienta oraz realność pozyskania nowego</p> <p>06FB-2A_U05 Posiada umiejętność formułowania opinii na temat sieci bezpieczeństwa finansowego, dostrzegania potrzeb klientów, relacji między poszczególnymi instytucjami finansowymi, rozumienia aktów prawnych w postaci regulacji twardych i miękkich</p> <p>06FB-2A_U06 Umie przeprowadzić w sposób niezależny i obiektywny porównanie produktów finansowych przynoszących korzyści wszystkim uczestnikom rynku</p> <p>06FB-2A_U07 Formułuje, wdraża, realizuje i kontroluje efekty strategii CRM</p> <p>06FB-2A_U08 Potrafi zaprezentować wyniki analiz, formułować wnioski, a na ich podstawie – rekomendacje i zalecenia</p> <p>06FB-2A_U09 Ma umiejętność analizy sektora finansowego, dostrzega problem finansjalizacji</p> <p>06FB-2A_U11 Potrafi na podstawie wiedzy teoretycznej i pozyskanych danych przygotować pracę pisemną dotyczącą instytucji systemu finansowego w Polsce i w innych krajach</p> <p>06FB-2A_U12 Potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę, rozwijać swoje profesjonalne umiejętności, korzystać z nowoczesnych technologii</p> <p>06FB-2A_K01 Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności oceny instytucjach finansowych, potrafi je uzupełniać i doskonalić poprzez analizę literatury i finansowych stron internetowych, rozumie potrzebę wykorzystania wiedzy z ekonomii, prawa, socjologii a także łączenia informacji z różnych segmentów sektora finansowego</p> <p>06FB-2A_K02 Ma wrażliwość na oczekiwania klientów wobec rozważnych decyzji rynkowych i zdolność do przeprowadzenia oceny produktów finansowych na tle konkurencji</p> <p>06FB-2A_K03 Potrafi określić priorytety służące realizacji eseju i prezentacji o systemie bankowym w wybranym kraju lub etycznych aspektach instytucji finansowych, w ramach indywidualnych i zespołowych działań</p> <p>06FB-2A_K04 Identyfikuje problemy związane z zarządzaniem relacjami z klientami</p> <p>06FB-2A_K06 Jest gotów do samodzielnego i zespołowego poszukiwania rozwiązań problemów związanych z dokonywaniem oceny działalności instytucji finansowych, ma świadomość poziomu swojej wiedzy w zakresie oceny działalności instytucji finansowych, rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się oraz korzystania z opinii ekspertów</p> <p>06FB-2A_K07 Ma świadomość znaczenia dokonywania adekwatnego wyboru produktu finansowego dostosowanego do potrzeb klienta</p>
LITERATURA PODSTAWOWA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Czekaj J. (red), <i>Rynki finansowe, instrumenty i instytucje finansowe</i>, PWN, Warszawa 2008 lub nowsze</li> <li>2) Marcinkowska M., <i>Ocena działalności instytucji finansowych</i>, Difin, Warszawa 2007</li> <li>3) Zaleska M., Kozińska M., <i>Private banking. Tradycja i nowoczesność w bezpiecznym wydaniu</i>, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2022</li> <li>4) Swacha-Lech M., <i>Bancassurance. Sprzedaż produktów bankowo-ubezpieczeniowych</i>, CeDeWu, Warszawa 2008</li> <li>5) Wykowska J., <i>III filar dla początkujących. Poradnik przyszłego emeryta</i>, KNF, Warszawa 2014</li> <li>6) Marcinkowska M., <i>Kapitał relacyjny banku, tom I, II, III</i>. Wydawnictwo Uł, Łódź 2013</li> <li>7) Stodulny P., <i>Analiza satysfakcji i lojalności klientów bankowych</i>, CeDeWu, Warszawa 2006</li> </ol>
LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pukas A., <i>Zarządzanie relacjami z klientem w tworzeniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa - ujęcie dynamiczne</i>, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2019</li> <li>2) Zaleska M. (red.), <i>Współczesna bankowość</i>, Tom I, Difin, Warszawa 2007</li> <li>3) Banaszczak-Soroka U. (red.), <i>Rynki finansowe. Organizacja, instytucje, uczestnicy</i>, C.H. Beck, Warszawa 2019</li> </ol>

\*na podstawie uchwały Rady Wydziału z 12.10.2015 r., obowiązująca liczba zagadnień odpowiednio od 20 do 30 na egzaminie licencjackim i od 25 do 40 na egzaminie magisterskim