

Spis treści

Wstęp	9
Część pierwsza. Instytucja kredytowa jako podmiot zarządzania	
1. Elementy teorii zarządzania przedsiębiorstwem bankowym	17
1.1. Cele działalności bankowej a strategia i efektywność	17
1.2. Koncepcja wartości – zastosowania w zarządzaniu bankiem	23
1.3. Łańcuch wartości banku	26
1.4. Przegląd koncepcji zarządzania bankiem	31
1.5. Koncepcja „dobrego wzrostu” w banku	37
1.6. Efekt skali i konkurencyjność w sektorze bankowym	39
2. Współczesna bankowość	44
2.1. Instytucje kredytowe	44
2.2. Systemy bankowe i klasyfikacja banków	47
2.3. Charakterystyka współczesnej bankowości	54
2.4. Kluczowe trendy we współczesnej bankowości	61
2.5. Kryzys finansowy 2008	67
2.6. Sektor działalności parabankowej	74
3. Peryferie bankowości	84
3.1. Bankowość spółdzielcza w Europie	84
3.2. Bankowość spółdzielcza w Polsce	91
3.3. Unie kredytowe i kasy oszczędnościowo-kredytowe	94
3.4. Spółdzielcze Kasy Oszczędnościowo-Kredytowe (SKOK) w Polsce	97
3.5. Bankowość islamska	100
4. Modele biznesowe współczesnej bankowości	105
4.1. Strategia, model biznesowy, model operacyjny – ujęcie definicyjne	105
4.2. Przegląd strategii biznesowych banków	110
4.3. Modele biznesowe w bankowości detalicznej	115
4.3.1. Polbank EFG	117
4.3.2. Alior Bank	117
4.3.3. mBank	118

4.3.4. Bank związany z koncernem samochodowym	118
4.3.5. Bank specjalista w obsłudze sprzedawców AGD i RTV	119
4.3.6. Noble Bank	119
4.4. Modelowe ujęcie struktur organizacyjnych banków	120
4.5. Modele operacyjne banków	126
Część druga. Zarządzanie finansowe	
5. Elementy controllingu w instytucjach kredytowych	135
5.1. Zarządzanie osiągnięciami w instytucjach kredytowych	135
5.2. Controlling bankowy	140
5.3. Planowanie i budżetowanie w instytucjach kredytowych	143
5.4. Rachunkowość i sprawozdawczość bankowa	147
6. Narzędzia analityczne controllingu	152
6.1. Rachunkowość zarządcza w banku	152
6.2. System cen transferowych	155
6.3. Analiza sytuacji finansowej instytucji kredytowej	159
6.4. Analiza pozycji ekonomicznej instytucji kredytowej na tle sektora	164
6.5. Dodatek. System cen transferowych	169
7. Zarządzanie ryzykiem w banku	171
7.1. Istota ryzyka działalności bankowej	171
7.2. Przegląd metod pomiaru ryzyka	177
7.3. Instrumenty zarządzania ryzykiem	183
7.4. Adekwatność kapitałowa – NUK, Bazylea III, CRD IV	186
7.5. Zarządzanie kapitałem ekonomicznym	194
8. Ryzyko kredytowe	198
8.1. Istota ryzyka kredytowego	198
8.2. Ryzyko kredytowania podmiotów instytucjonalnych	202
8.3. Metody oceny ryzyka kredytowego	207
8.4. Modelowanie ryzyka portfela kredytowego	212
8.5. Zarządzanie ryzykiem portfela kredytowego	215
Część trzecia. Zarządzanie sprzedażą i marketingiem w banku	
9. Elementy marketingu bankowego	223
9.1. Koncepcja marketingu usług finansowych	223
9.2. Marketing relacyjny i kapitał klienta	227
9.3. Marketing bezpośredni	232
10. Bankowe kanały dystrybucji	237
10.1. Rodzaje bankowych kanałów dystrybucji	237
10.2. Placówki bankowe	241
10.3. Tendencje rozwoju oddziałowego kanału dystrybucji	244
10.4. Zmiana modelu funkcjonowania placówek banku detalicznego	250
10.5. Nowa aranżacja oddziałów bankowych	254
10.6. Bankowość elektroniczna	256
11. Zarządzanie siecią placówek bankowych	266
11.1. Organizacja i zarządzanie siecią placówek bankowych	266
11.2. Modele rozliczeń wyników placówek bankowych	269
11.3. Efektywność placówek bankowych	274

11.4. Modelowanie sieci oddziałów	279
11.5. Ogólne zasady zarządzania sprzedażą w instytucjach kredytowych	285
11.6. Narzędzia i procesy zarządzania sprzedażą	291
11.7. Systemy motywacyjne w zarządzaniu sprzedażą	296
12. Zarządzanie placówkami instytucji kredytowych	303
12.1. Model organizacji placówki bankowej	303
12.2. Model finansowy placówki banku detalicznego	307
12.3. Ocena osiągnięć placówek	311
12.4. Zarządzanie operacyjne placówką bankową	318
Zakończenie	323
Bibliografia	327
Akty prawne	333
Indeks	335