

<b>Nazwa przedmiotu</b>	<b>PRIVATE BANKING</b>
Symbol	PRVB
Punkty ECTS	6
Wydział	Nauk Ekonomicznych
Kierunek	Finanse i Bankowość
Specjalność	Pośrednictwo i Doradztwo Finansowe
Semestr	9
Przedmioty poprzedzające	IRUP, BI
<b>Ilość godzin</b>	
Wykład	8
Ćwiczenia	10
<b>Osoby prowadzące zajęcia</b>	
Wykład	dr Michał Kisiel
Ćwiczenia	Pracownicy katedry
<b>Cele nauczania przedmiotu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- wprowadzenie w problematykę i zaznajomienie studentów ze specyfiką zagadnienia Private Banking,</li> <li>- wskazanie istotnej roli jaką na rynku bankowym odgrywa Private Banking,</li> <li>- identyfikacja szans i zagrożeń dla rozwoju bankowości prywatnej w Polsce oraz nakreślenie kierunku tegoż rozwoju,</li> <li>- uwrażliwienie studentów na znaczenie umiejętności interpersonalnych w obszarze bankowości prywatnej,</li> <li>- 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.),</li> <li>- rozwijanie umiejętności praktycznego zastosowania wiedzy w omawianym obszarze.</li> </ul>
<b>Warunki zaliczenia</b>	
Wykład	Zal. z oceną
Ćwiczenia	Zal. z oceną
<b>Osoba odpowiedzialna za przedmiot</b>	dr Michał Kisiel
<b>Opis poszczególnych bloków tematycznych – wykład</b>	
1.	Pojęcie i idea Private Banking
2.	Rozwój PB na świecie (charakterystyka, trendy, funkcjonowanie)
3.	Koncepcje w oferowaniu usług PB
4.	Rola doradztwa finansowego w PB
5.	Kanały dystrybucji i standardy obsługi najzamożniejszych klientów
6.	Bankowość elektroniczna w obsłudze klientów zamożnych (e-Private Banking)
7.	PB na polskim rynku bankowym - ocena stanu obecnego oraz perspektywy rozwoju
<b>Literatura podstawowa</b>	
1.	Dziawgo L.: Private banking. Bankowość dla zamożnych klientów, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2006.
2.	Maude D.: Global Private Banking and Wealth Management, John Willey&Sons Ltd, 2006.
3.	Pietrzak J.: Kierunki rozwoju usług private banking w Polsce, Bank i Kredyt, marzec 2006, s. 23-29.
4.	Piechaczek A.: Bardzo obiecująca nisza, Miesięcznik Finansowy BANK, nr12 (170/171), 2006, s. 38-39.
5.	Innowacyjne usługi banku, pod red. D. Korenik, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2006.

<b>Opis poszczególnych bloków tematycznych – ćwiczenia</b>	
1.	Profil klienta bankowości prywatnej (specyfika jego potrzeb i oczekiwań względem instytucji finansowej)
2.	Segmentacja klientów PB (porównanie struktury segmentu w Polsce i na świecie)
3.	Modele współpracy z klientem w ramach PB
4.	Zakres oferty PB (produkty oraz usługi: bankowe i pozabankowe, finansowe i niefinansowe)
5.	Usługi dodatkowe w ofercie PB ich rola oraz znaczenie dla banku i dla klienta (usługi assistance i concierge)
6.	Pojęcie, idea i funkcje usługi Art Banking
7.	Komunikacja marketingowa w obszarze PB - porównanie ze strategią marketingową w segmencie klientów masowych
8.	Znaczenie kategorii marki na rynku bankowości prywatnej
9.	Osobisty opiekun klienta (jego rola w kształtowaniu relacji klient-bank). Kreowanie wizerunku firmy poprzez savoir-vivre.
10.	Analiza SWOT polskiego sektora PB – porównanie ze światowym PB
11.	Klient detaliczny a klient VIP - różnice w ofercie i obsłudze
Dodatkowe uwagi	