



Studia podyplomowe na kierunku

ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE W BANKOWOŚCI



Kierownik studiów
Tomasz Domański

Profil słuchacza:

Studia podyplomowe przeznaczone są w szczególności dla pracowników i menedżerów bankowości, którzy zamierzają pozyskać wartościową wiedzę oraz praktyczne umiejętności z zakresu analizy i planowania strategicznego oraz skutecznego wprowadzania ustalonych strategii w życie. Ukończenie studiów będzie szczególnie przydatne dla:

- średniej i wyższej kadry zarządzającej w bankowości,
- pracowników departamentów strategii i marketingu,
- kierowników strategicznych programów i projektów,
- kadry menedżerskiej departamentów operacyjnych i wspomagających,
- rezerwowej kadry menedżerskiej.

Słuchaczami mogą zostać osoby posiadające:

- wykształcenie wyższe zawodowe (licencjat lub inżynier) w dziedzinie nauk ekonomicznych, prawnych lub technicznych;
- wykształcenie wyższe pełne (magister) w dowolnej dziedzinie;
- 3 lata doświadczenia zawodowego.

Ilość miejsc jest ograniczona. Akademia Finansów i Biznesu Vistula zastrzega sobie prawo kwalifikacji do udziału w studiach.

Czas trwania:

- studia trwają dwa semestry;
- studia rozpoczynają się w październiku 2014r.;
- zjazdy odbywają się w soboty i niedziele, w co drugi weekend.

O studiach:

Misją studiów podyplomowych „Zarządzanie strategiczne w bankowości” jest dostarczanie rzetelnej, usystematyzowanej wiedzy oraz praktycznych umiejętności z zakresu zarządzania strategicznego, poszukiwanych przez pracowników i kadre zarządzającą bankowości oraz innych branż sektora usług finansowych. Podstawowym celem studiów jest wyposażenie słuchaczy w kompetencje, jakie są niezbędne do zrozumienia relacji zachodzących pomiędzy głównymi i wspomagającymi procesami biznesowymi w bankowości oraz przygotowanie ich do podejmowania odpowiedzialnych decyzji na trzech głównych poziomach zarządzania strategicznego: poziomie korporacyjnym, poziomie autonomicznych jednostek biznesowych oraz poziomie infrastruktury banku lub grupy kapitałowej. Nadrzędnym celem jest przygotowanie absolwentów studiów do efektywnego funkcjonowania w warunkach wysokiej, globalnej konkurencji, jaka jest właściwa dla współczesnego sektora usług finansowych i bankowości.

Zajęcia ze słuchaczami studiów prowadzone są w różnych formach, m.in.:

- wykładów;
- ćwiczeń/warsztatów;
- konwersatoriów (rozwiązywanie konkretnych problemów praktycznych z obszaru studiów).

Cele kształcenia:

Program studiów prezentuje kompleksowy model strategicznego zarządzania bankiem, wskazując istotne różnice pomiędzy zarządzaniem w bankowości, a zarządzaniem w firmach prowadzących działalność w sektorach produkcyjnym, usługowym lub handlowym. Koncentruje się na zaprezentowaniu metod i narzędzi kierowania bankiem, które są właściwe dla średniej i wyższej kadry zarządzającej. Prezentuje powiązania banku z jego makro-otoczeniem, a także relacje pomiędzy podstawowymi i wspomagającymi procesami biznesowymi na etapie analiz i planowania strategicznego oraz budżetowania i wprowadzania w życie strategicznych projektów i programów.

Szczególną uwagę poświęca strategiom marketingowym, skupiając się na zagadnieniach związanych z rozwijaniem, promowaniem i sprzedażą produktów finansowych oraz budowaniem relacji z klientami banku. Kładzie także duży nacisk na praktyczne aspekty związane z planowaniem i realizacją strategicznych projektów oraz problematykę optymalizowania rozwiązań organizacyjnych i procesowych. Obok twardych zagadnień związanych z metodami i narzędziami zarządzania strategicznego, omawia aspekty psychologiczne i emocjonalne związane z zarządzaniem kapitałem ludzkim w procesach restrukturyzacyjnych i wprowadzania zmian. Wyraźnie odróżnia oraz charakteryzuje role przywódcze i menedżerskie w rozległym procesie zarządzania strategicznego w bankowości.

Zdobyte kwalifikacje:

Wykłady, warsztaty i zajęcia seminaryjne pozwalają zrozumieć słuchaczom powiązania pomiędzy kluczowymi obszarami funkcjonalnymi banku oraz licznymi funkcjami menedżerskimi, realizowanymi na strategicznym, taktycznym i operacyjnym poziomie zarządzania w bankowości. Po ukończeniu studiów uczestnicy uzyskają wiedzę oraz umiejętności, które pozwolą im na:

- odróżnienie specyfiki funkcjonowania bankowości od firm funkcjonujących w innych dziedzinach usług finansowych oraz innych sektorach gospodarki;
- przyswojenie rzetelnej wiedzy w zakresie prawnych unormowań działalności bankowej;
- zrozumienie istoty oraz struktury procesu zarządzania strategicznego w bankowości;
- poznanie zasad i narzędzi planowania i wdrażania strategii w życie;
- poznanie zasad planowania nowych produktów bankowych, ich promowania i sprzedaży;

- przyswojenie zasad efektywnego zarządzania relacjami z klientami banku;
- poznanie zasad strategicznego zarządzania aktywami i pasywami banku;
- poznanie metod identyfikowania i skutecznego zarządzania ryzykami bankowymi;
- poznanie architektury oraz znaczenia technologii informacyjnych w bankowości;
- opanowanie praktycznych umiejętności z zakresu zarządzania projektami i programami;
- rozróżnienie ról liderów i menedżerów w procesie planowania i wdrażania strategii;
- poznanie zasad restrukturyzacji oraz planowania i zarządzania zmianą organizacyjną;
- przygotowanie się do ubiegania o uzyskanie stopni zawodowych potwierdzonych certyfikatami zawodowymi przez Związek Banków Polskich.

Dzięki kwalifikowanej rekrutacji słuchaczy, skoncentrowanej na profesjonalistach z bankowości, uczestnictwo w programie oferuje wiele możliwości bezpośredniej wymiany doświadczeń oraz nawiązywania interesujących kontaktów zawodowych.

Program:

Zestaw przedmiotów pierwszego semestru wprowadza słuchacza w problematykę zarządzania strategicznego, dostarczając mu rzetelnej wiedzy o prawnych fundamentach działalności bankowej oraz prezentuje strukturę procesu zarządzania strategicznego, ze szczególnym uwzględnieniem problematyki rozwijania produktów bankowych, ich reklamowania i sprzedaży oraz rozwijania efektywnego systemu zarządzania relacjami z klientem. Drugi semestr nauki zapoznaje słuchacza ze szczegółami analiz i planowania strategicznego w bankowości oraz wdrażania ustalonych strategii w życie. Szczegółowo omawia problematykę zarządzania aktywami, pasywami oraz ryzykami bankowymi; zarządzania technologiami informacyjnymi i kapitałem ludzkim; a także planowania, budżetowania i zarządzania strategicznymi projektami i programami.

Semestr I

1. Wykład inauguracyjny - 2h

Blok I. PODSTAWY ZARZĄDZANIA STRATEGICZNEGO W BANKOWOŚCI

2. Wprowadzenie do zarządzania strategicznego – 21h

- Ewolucja bankowości i metod zarządzania w biznesie
- Pojęcie autonomicznej jednostki biznesowej, korporacji oraz inne podstawowe definicje
- Charakterystyka strategii na poziomie korporacji, jednostki biznesowej oraz funkcjonalnym
- Definiowanie modelu biznesowego oraz koncepcja łańcucha wartości
- Definiowanie wizji rozwoju i misji firmy
- Analizowanie konkurencyjnego otoczenia oraz wewnętrznych uwarunkowań rozwoju
- Analiza portfelowa oraz inne klasyczne modele analizy strategicznej
- Mapowanie strategii i budowania zrównoważonej karty wyników
- Ustalanie strategicznych planów działania i budżetowanie strategii
- Praktyczne aspekty zarządzania projektami w oparciu o metodyki PMI-BOK i Prince2
- Zasady i procedura rozwijania nowego produktu
- Optymalizowanie struktur organizacyjnych i procesów
- Planowanie i zarządzanie zmianą organizacyjną

3. Prawne podstawy działalności bankowej – 14h

- Podstawy prawa cywilnego
- Podstawy administracyjnego
- Podstawy prawa bankowego
- Podstawy prawa handlowego
- Formy organizacyjno-prawne prowadzenia działalności bankowej
- Charakterystyka umów w obrocie bankowym
- Europejski Bank Centralny, Narodowy Bank Polski i Komisja Nadzoru Finansowego
- Nadzór bankowy oraz kluczowe zagadnienia regulacyjne w bankowości
- Etyka i dobre praktyki w działalności bankowej

Blok II. ROZWIJANIE PRODUKTÓW BANKOWYCH

4. Sektor finansowy i produkty bankowe – 7h

- Charakterystyka polskiego i międzynarodowego sektora finansowego
- Charakterystyka i segmentacja rynku usług bankowych
- Wpływy i wypływy bankowe
- Depozyty krótkoterminowe i długoterminowe
- Konta osobiste, rachunki bieżące, karty kredytowe i bankowość mobilna
- Kredyty konsumenckie – gotówkowe i samochodowe
- Kredyty hipoteczne
- Konta firmowe oraz bankowość małych i średnich przedsiębiorstw
- Bankowość korporacyjna
- Bankowość inwestycyjna
- Łączenie produktów bankowych z ubezpieczeniowymi
- Atuty i ryzyka wdrażania nowatorskich usług bankowych

5. Polityka kredytowa – 7h

- Cele oraz formułowanie i wdrażanie polityki kredytowej
- Strategie konserwatywne, agresywne i umiarkowane
- Planowanie i wycena produktu kredytowego oraz analiza jego opłacalności
- Kontrola kredytów i zarządzania ryzykiem kredytowym
- Zarządzanie informacją i dokumentacją kredytową
- Zasady rozwijania systemów zarządzania kredytami
- Monitorowanie i ocena jakości portfela kredytów
- Ocena wpływu ryzyka kredytowego na rentowność portfela

6. Komunikacja rynkowa w bankowości – 7h

- Cele oraz klasyfikacja bankowej komunikacji rynkowej
- Reklama pionierska, konkurencyjna i przypominająca
- Fundamentalne znaczenie pozytywnej percepcji marki
- Formy i procedury bankowej komunikacji rynkowej
- Identyfikowanie rynków i grup docelowych w bankowości
- Funkcje oraz szczególne cechy planu marketingowego
- Ustalanie krótko- i długoterminowych celów rynkowych w bankowości
- *Marketing Mix* w praktyce funkcjonowania banku
- Reklama produktów w systemach Web 2.0 i sieciach społecznościowych
- Reklama produktów bankowych w mobilnych urządzeniach komunikacyjnych

7. Bankowe systemy informacji marketingowej – 7h

- Organizacja zarządzania marketingiem w banku
- Metody i procedury badań rynkowych w bankowości
- Konstruowanie scenariuszy rozwoju rynku
- Procedury planowania i budżetowania działalności reklamowej i promocyjnej
- Zasady gromadzenia zewnętrznych danych rynkowych
- Zasady gromadzenia wewnętrznych danych gospodarczych
- Hurtownie danych oraz systemy *Customer Life Value*, *Business Intelligence* i *Data Mining*
- Projektowanie i wdrażanie systemu informacji marketingowej
- Zarządzanie wiedzą w bankowości

8. Strategie marketingowe w bankowości – 7h

- Strategie budowania pozytywnej percepcji marki i lojalności klientów
- Strategie zwiększania wolumenu depozytów
- Strategie upraszczanie procedur sprzedaży i zwiększania wygody klientów
- Strategie budowania świadomości produktowej (edukowania) klientów
- Strategie agregacji i różnicowania produktów
- Strategie ekspansywne - lidera rynkowego
- Strategie pasywne - obrony pozycji rynkowej
- Strategie rozwoju i penetracji rynku

Blok IV. SPRZEDAŻ PRODUKTÓW BANKOWYCH

9. Kanały sprzedaży produktów bankowych – 7h

- Bezpośrednie i pośrednie sprzedaży produktów bankowych
- Sprzedaż w oddziałach i mikro-oddziałach banków
- Sprzedaż w punktach dealerskich
- Sprzedaż bezpośrednia
- Sprzedaż telefoniczna – *Call Center*
- Sprzedaż online – Internet i aplikacje mobilne
- Bankomaty
- Integracja kanałów sprzedaży
- Strategie sprzedaży produktów bankowych

10. Strategiczne wyzwania w sprzedaży produktów bankowych – 4h

- Wyzwania technologiczne w sprzedaży usług bankowych
- Konieczność pozyskiwania i utrzymania zaufania klientów do banku
- Konieczność budowaniem świadomości produktowej (edukowania) klientów
- Konieczność skutecznej promocji na słabo zaludnionych obszarach wiejskich
- Konieczność budowania kompetencji personelu bankowego w oddziałach terytorialnych

11. Obsługa posprzedażna w bankowości – 7h

- Funkcje i doniosłość obsługi posprzedażnej w bankowości
- Formy komunikacji banku z klientem
- Budowanie świadomości i pozytywnej percepcji marki
- Budowanie zaufania i lojalności klientów
- Edukowanie klientów o produktach bankowych
- Gromadzenie informacji o klientach i ich potrzebach
- Rozwijanie kanałów sprzedaży
- Generowanie informacji zwrotnej dla R&D i Marketingu

12. Bankowe systemy CRM – 7h

- Funkcje systemów *Customer Relationship Management* (CRM)
- Źródła danych, formy i architektura systemów CRM
- Hurownie danych oraz systemy *Customer Life Value*, *Business Intelligence* i *Data Mining*
- Rozwijanie modeli analitycznych i zarządzanie informacją o klientach
- Ustalanie segmentacji rynku klientów prywatnych i instytucjonalnych
- Identyfikowanie potrzeb klientów dotyczących bankowych produktów finansowych
- Powiązania systemów CRM z procedurami rozwijania i wyceny nowych produktów
- Powiązania systemów CRM z procedurami kształtowania komunikacji rynkowej
- Rola systemów CRM w planowaniu strategicznym

Semestr II

Blok VI. PLANOWANIE STRATEGICZNE W BANKOWOŚCI

13. Proces planowania strategicznego w bankowości – 7h

- Istota i zakres planowania strategicznego w bankowości
- Konieczność osiągnięcia trwałej przewagi konkurencyjnej
- Planowanie strategiczne na poziomie korporacyjnym, biznesowym i funkcjonalnym
- Strategia marketingowa vs strategia technologiczna
- Funkcje i zadania departamentu strategii
- Metodyki planowania strategicznego w bankowości
- Gromadzenie i analiza danych z makro-otoczenia banku
- Gromadzenie i analiza danych o wewnętrznej sprawności operacyjnej banku
- Definiowanie misji i wizji rozwoju
- Ustalanie i kaskadowanie strategicznych celów
- Budżetowanie strategicznych planów działania
- Monitorowanie i aktualizowanie strategii

14. Wdrażanie strategicznych planów działania – 21h

- Fuzje i przejęcia
- Alianse i porozumienia strategiczne
- Mapowanie nowych produktów
- Optymalizowanie rozwiązań organizacyjnych
- Optymalizowanie rozwiązań procesowych
- Planowanie i budżetowanie programów i projektów strategicznych
- Praktyczne aspekty zarządzania programami i projektami
- Planowanie i zarządzanie zmianą organizacyjną

15. Wskaźniki operacyjne banku – 7h

- Charakterystyka modelu biznesowego w działalności bankowej
- Struktura procesowa i organizacyjna banku
- Mierniki operacyjne w bankowości – *Key Performance Indicators (KPIs)*
- Zasady projektowania systemów mierników operacyjnych
- Właściciele wskaźników operacyjnych i centra odpowiedzialności
- Raportowanie wskaźników operacyjnych
- Wskaźniki operacyjne w procesie planowania strategicznego
- Elektroniczne systemy MIS (*Management Information Systems*)

16. Zarządzanie aktywami i pasywami banku – 7h

- Pieniądz jako towar
- Wpływy i wypływy bankowe
- Aktywa banku – klasyfikacja i charakterystyka
- Pasywa banku – klasyfikacja i charakterystyka
- Podstawy rachunkowości zarządczej w bankowości
- Podstawy zarządzania finansami w bankowości
- Rachunek zysków i strat (P&L), OPEX, CAPEX
- Strategie zarządzania aktywami i pasywami banku

17. Cykle kontrolne i audyty bankowe – 4h

- Standardy oraz wymagania stawiane audytom bankowym
- Audyty technologiczne, organizacyjne i procesowe
- Planowanie wewnętrznych audytów bankowych
- Wewnętrzne cykle kontrolne i procedury analityczne
- System upoważnień i pełnomocnictw
- Raportowanie wyników audytów i wnioski pokontrolne
- Wykorzystanie wyników audytów w procesie planowania strategicznego

Blok VIII. ZARZĄDZANIE RYZYKAMI BANKOWYMI

18. Ryzyka i systemy zarządzania ryzykami w bankowości – 7h

- Klasyfikacja i charakterystyka ryzyk bankowych
- Ryzyko uzasadnione i nieuzasadnione
- Ryzyka finansowe
- Ryzyka funkcjonalne
- Ryzyka środowiskowe
- Oddziaływania między ryzykami
- Identyfikowanie i kwalifikowanie ryzyk
- Monitorowanie i zarządzanie ryzykami
- Planowanie i wdrożenie systemu zarządzania ryzykiem

19. Zarządzanie ryzykami w transakcjach międzybankowych – 3h

- Organizowanie transakcji międzybankowych
- Ryzyka w rozliczeniach międzybankowych
- Zapobieganie praniu brudnych pieniędzy

20. Koncepcja Asset & Liability Management – 7h

- Koncepcja i standardy systemu *Asset & Liability Management* (ALM)
- Zarządzanie ryzykiem płynności finansowej w systemie ALM
- Zarządzanie ryzykiem stopy procentowej w systemie ALM
- Zarządzanie innymi ryzykami cenowymi w systemie ALM
- Zarządzanie ryzykiem kursowym w systemie ALM
- Zarządzanie ryzykiem wypłacalności w systemie ALM
- Raportowanie w systemie ALM

Blok IX. TECHNOLOGIE INFORMACYJNE W BANKOWOŚCI

21. Architektura i zadania systemów informacyjnych w bankowości – 7h

- Zadania technologii informacyjnych w bankowości
- Architektura bankowego systemu informatycznego – *hardware*
- Aplikacje w bankowym systemie informatycznym – *software*

- Zarządzanie bazami danych i ochrona danych osobowych
- Zarządzanie wiedzą, raportowanie i obowiązki informacyjne
- Automatyzowanie operacji bankowych
- Wpływ Internetu i aplikacje mobilnych na rozwój bankowości
- Bezpieczeństwo bankowych systemów informacyjnych

22. Strategie technologiczne w bankowości – 7h

- Technologie informacyjne w procesie planowania strategicznego
- Ustalanie celów rozwoju technologii informacyjnych w bankowości
- Planowanie inwestycji technologicznych i kryteria wyboru dostawców
- Bezpieczne wdrażanie technologii informacyjnych
- Automatyzowanie operacji bankowych
- Bankowość elektroniczna jako strategiczny środek przetrwania

Blok X. STRATEGICZNE PRZYWÓDZTWO

23. Strategiczne kompetencje pracowników i menedżerów – 7h

- Budowanie organizacji i zespołów skoncentrowanych na strategii firmy
- Zadania strategiczne, taktyczne i operacyjne
- Analiza zadań na szeregowych i kierowniczych stanowiskach pracy
- Alokowanie zasobów do realizacji strategicznych programów i projektów
- Rekrutacja, selekcja i zatrudnianie pracowników
- Polityka płacowa i motywowanie pracowników
- Budowanie kompetencji z zakresu zarządzania strategicznego

24. Strategiczne przywództwo i zarządzanie zmianą – 7h

- Liderzy i menedżerowie w strukturze zarządzania
- Komunikacja w procesie zarządzania strategicznego
- Twarde (projektowe) vs miękkie (emocjonalne) aspekty zarządzania zmianą

25. Seminarium dyplomowe i konsultacje – 7h

W SUMIE 195 godzin dydaktycznych

Kierownik studiów:



Tomasz Domański

Ekspert w dziedzinie zarządzania strategicznego, zarządzania projektami oraz organizacji zarządzania. Przez wiele lat pracował na wysokich stanowiskach menedżerskich w Narodowym Banku Polskim oraz w Grupie T-Mobile. Doświadczenie zawodowe gromadził pracując również w konsultingu oraz jednostkach administracji rządowej i samorządowej. Był ponadto aktywnie zaangażowany w pracę licznych organizacji *non-profit*. Obecnie prowadzi niezależną działalność konsultingową i szkoleniową.

Jest absolwentem Uniwersytetu Łódzkiego (prawo gospodarcze) oraz University of the State of New York (MBA – Marketing oraz Management Information Systems). Swoją wiedzę pogłębiał na podyplomowych studiach w Uniwersytecie Warszawskim, Uniwersytecie Łódzkim, Brytyjskim Instytucie Finansów oraz MCTC w Hajfie. Uczestniczył w licznych profesjonalnych szkoleniach organizowanych przez renomowane instytucje edukacyjne w kraju i zagranicą – m.in. George Washington University, Management Center Europe, Institute for International Research, SAS Institute, EuroFinance oraz CRM/APM Group. Posiada certyfikaty PM-BOK i Prince2.

Doświadczenie trenera i wykładowcy gromadził prowadząc szkolenia dla biznesu i jednostek administracji publicznej, a także wykładając przedmioty *Strategic Management*, *Operations Management* i *Organizational Behavior* w programach studiów BA i MBA, realizowanych przez University of Wales oraz University of Wisconsin. Jest autorem metodycznego podręcznika z zakresu strategicznego planowania lokalnego rozwoju gospodarczego, a także publikacji w dziedzinie zarządzania oraz nowoczesnych technologii komunikacyjnych.

Informacje ogólne:

- Studia trwają dwa semestry w trybie niestacjonarnym. Zajęcia dydaktyczne będą odbywały się co dwa tygodnie w ramach dwudniowych, weekendowych sesji zajęciowych w godzinach od 09:00 do 17:00.
- Wszystkie zajęcia są prowadzone w kampusie Akademii Finansów i Biznesu Vistula ul. Stokłosa 3
- Do ukończenia studiów podyplomowych wymagane jest napisanie i obrona pracy dyplomowej, w której student zaprezentuje i przeanalizuje praktyczny problem związany z dziedziną zarządzania strategicznego w bankowości.
- Absolwenci studiów otrzymują Świadectwo Ukończenia Studiów Podyplomowych Akademii Finansów i Biznesu Vistula oraz tytuł: **Dyplomowany Specjalista Bankowy z Zakresu Zarządzania Strategicznego**

Zasady rekrutacji:

Przyjęcia na studia podyplomowe w Akademii Finansów i Biznesu odbywają się według kolejności zgłoszeń. Kandydaci na studia podyplomowe składają następujące dokumenty:

- kwestionariusz zgłoszeniowy
- oryginał lub odpis dyplomu ukończenia studiów wyższych I lub II stopnia
- ksero dowodu osobistego (oryginał do wglądu i poświadczenia kopii)
- 2 fotografie (37x52 mm)
- potwierdzenie wpłaty wpisowego

Dokumenty należy składać w Centrum Studiów Podyplomowych, ul. Stokłosa 3, pok. 117.

Opłaty:

Czesne za studia wynosi 6600zł.

Czesne może być wniesione jednorazowo lub semestralnie w dwóch ratach:

- 3300,00 – I rata płatna przed rozpoczęciem studiów
- 3300,00 – II rata płatna przed rozpoczęciem drugiego semestru.

Przy jednorazowej płatności za 2 semestry udzielamy 10% rabatu.

Zaliczkę na poczet czesnego w wysokości 200zł należy wpłacić do 15 września 2014r.

Nr konta:

Bank Zachodni

61 1090 1694 0000 0001 1105 7177

Kontakt:

Centrum Studiów Podyplomowych Akademii Finansów i Biznesu Vistula

Elżbieta Szuper – tel. 22 45 72 360

Dorota Cakar – tel. 506 091 148

e-mail: studiapodyplomowe@vistula.edu.pl

Centrum Studiów Podyplomowych
Akademii Finansów i Biznesu Vistula

www.vistula.edu.pl