

<b>Słowo wstępne</b> .....	<b>7</b>
----------------------------	----------

<b>Wprowadzenie</b> .....	<b>9</b>
---------------------------	----------

## **Rozdział 1**

<b>Funkcjonowanie rynku kredytów detalicznych</b> .....	<b>11</b>
---	-----------

1.1. Motywy i konsekwencje zadłużenia się gospodarstw domowych - <i>Marta Penczar</i> .....	11
1.2. Istota rynku kredytowego - <i>Marta Penczar</i> .....	18
1.2.1. Definicja rynku kredytowego i kredytu detalicznego .....	18
1.2.2. Segmenty rynku kredytów detalicznych .....	19
1.2.3. Produkty na rynku kredytów detalicznych .....	21
1.2.4. Podmioty występujące na rynku kredytowym .....	24
1.3. Podstawy prawne funkcjonowania rynku kredytowego - <i>Eugeniusz Gostomski, Marta Penczar-pkt. 1.3.6</i> .....	27
1.3.1. Umowa kredytowa .....	27
1.3.2. Kredyt a pożyczka .....	29
1.3.3. Ustawa o kredycie konsumenckim .....	31
1.3.4. Ustawa o elektronicznych instrumentach płatniczych .....	33
1.3.5. Ustawa o maksymalnych odsetkach .....	36
1.3.6. Wybrane regulacje unijne .....	37
1.3.6.1. Propozycja nowej dyrektywy dotyczącej kredytu konsumenckiego .....	38

1.3.6.2. Budowa systemu FIN-NET. . . . .	41
1.3.6.3. Dyrektywa w sprawie sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość . . . . .	41
1.3.6.4. Działania na rzecz integracji rynku kredytów mieszkaniowych....	42
1.3.7. Zagadnienia upadłości konsumenckiej. . . . .	44
1.4. Proces udzielania kredytów detalicznych - <i>Beata Lepczyńska, Eugeniusz Gostomski -pkt. 1.4.2.2.</i> . . . . .	47
1.4.1. Badanie zdolności kredytowej klienta detalicznego. . . . .	47
1.4.1.1. Ocena zdolności kredytowej jako kluczowy element procedury kredytowej. . . . .	47
1.4.1.2. Kryteria i metody oceny zdolności kredytowej. . . . .	49
1.4.2. Sposoby zabezpieczenia kredytu. . . . .	53
1.4.2.1. Zabezpieczenia prawne spłaty kredytu. . . . .	53
1.4.2.2. Ubezpieczenie jako instrument zabezpieczający przed ryzykiem... 56	
1.4.3. Oprocentowanie kredytów i pożyczek. . . . .	59
1.4.4. Rola informacji gospodarczej i kredytowej w ograniczaniu ryzyka kredytowego. . . . .	62
1.5. Monitoring i windykacja należności kredytowych - <i>Eugeniusz Gostomski.</i> . . . .	66
1.5.1. Metody monitorowania spłaty udzielonych kredytów. . . . .	66
1.5.2. Klasyfikacja należności kredytowych i tworzenie rezerw celowych . . .	69
1.5.3. Metody postępowania upominawczego. . . . .	72
1.5.4. Restrukturyzacja należności kredytowych. . . . .	73
1.5.5. Sądowe postępowanie egzekucyjne. . . . .	74
1.5.6. Sprzedaż należności nieregularnych firmom windykacyjnym. . . . .	76
1.5.7. Sekurytyzacja należności kredytowych. . . . .	78

## Rozdział 2

<b>Po rednictwo kredytowe na rynku kredytów detalicznych.</b> . . . . .	<b>83</b>
2.1. Stan i perspektywy rozwoju po rednictwa kredytowego w Polsce - <i>Marta Penczar, Beata Lepczyńska.</i> . . . . .	83
2.2. Modele współpracy po redników kredytowych z bankami - <i>Adam Barembach.</i> . . . . .	87
2.2.1. Bank jako klasyczny po rednik finansowy a po rednictwo kredytowe. . . . .	87
2.2.2. Prawne i organizacyjne podstawy współpracy po redników kredytowych i banków - <i>outsourcing.</i> . . . . .	90
2.2.3 Wybrane modele współpracy po redników kredytowych i banków . . . .	93

2.3. Zarządzanie finansami w instytucji po rednictwa kredytowego	
- <i>Eugeniusz Gostomski</i> . . . . .	102
2.3.1. Istota, klasyfikacja i ewidencja kosztów w firmach po rednictwa kredytowego . . . . .	102
2.4. Marketing w po rednictwie kredytowym - <i>Eugeniusz Gostomski</i> . . . . .	105
2.4.1. Proces komunikacji z klientem na rynku kredytów detalicznych . . . . .	105
2.4.2. Metody promocji wykorzystywane w po rednictwie kredytowym . . . . .	108
2.5. Metody i techniki skutecznej sprzedaży - <i>Eugeniusz Gostomski</i> . . . . .	111
2.5.1. Kanały dystrybucji produktów bankowych . . . . .	111
2.5.2. Proces sprzedaży produktów bankowych . . . . .	113
2.5.3. Metody negocjacji z klientami . . . . .	116
2.5.4. Budowanie długoterminowych relacji z klientami . . . . .	117
2.6. Zarządzanie firm po rednictwa kredytowego - <i>Eugeniusz Gostomski</i> . . . . .	121
2.6.1. Lokalizacja i urządzenie biura firmy po rednictwa kredytowego. . . . .	121
2.6.2. Podstawy zarządzania firm po rednictwa kredytowego . . . . .	121
2.6.2.1. Skuteczne zarządzanie personelem agencji . . . . .	123
2.6.2.2. Rola procedur w działaniu firmy . . . . .	124
2.6.2.3. Jak usprawnić zarządzanie firm po rednictwa kredytowego? . . . . .	125
2.6.2.4. Najczęściej popełniane błędy przez menedżerów . . . . .	127
2.6.3. Zarządzanie czasem i organizacja pracy sekretariatu . . . . .	127
2.7. Znaczenie doradztwa kredytowego w sprzedaży kredytów	
- <i>Adam Barenbruch</i> . . . . .	130

### **Rozdział 3**

<b>Etyka w biznesie</b> . . . . .	<b>137</b>
3.1. Definicja i geneza biznesu społecznie odpowiedzialnego - <i>Marta Penczar</i> . . . . .	137
3.2. Programy etyczne firm - <i>Marta Penczar</i> . . . . .	140
3.3. Elementy kodeksu etycznego - <i>Marta Penczar</i> . . . . .	143
3.4. Kodeksy etyczne i zasady dobrych praktyk na rynku finansowym w Polsce	
- <i>Marta Penczar</i> . . . . .	145
3.5. Zasady dobrych praktyk sprzedaży produktów kredytowych firm	
zrzeszonych w Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce	
- <i>Marta Penczar</i> . . . . .	152

<b>Pytania testowe sprawdzające wiedzę</b> . . . . .	<b>157</b>
--	------------