



Moduł A

1. Jednym z narzędzi koniunkturalnych, wykorzystywanych przez rząd danego kraju w ramach polityki ekonomicznej jest:
 - a. polityka rolna
 - b. polityka przemysłowa
 - c. **polityka budżetowa**
 - d. polityka finansowa

2. Konsumpcja to ta część produktu krajowego brutto, za którą odpowiadają przede wszystkim:
 - a. **gospodarstwa domowe**
 - b. instytucje finansowe – rezydenci
 - c. przedsiębiorstwa
 - d. instytucje finansowe – nierezydenci

Moduł B

1. Sieć oddziałów banku wymaga ciągłej modernizacji z uwagi na:
 - a. częste zmiany w prawie bankowym
 - b. **wysokie tempo postępu technicznego i organizacyjnego**
 - c. zmiany w systemach sprzedaży produktów bankowych
 - d. wprowadzanie nowych produktów bankowych i ciągłe doskonalenie istniejących

2. Biuro Informacji Kredytowej gromadzi w systemie informacje dotyczące:
 - a. tylko zadłużenia klientów indywidualnych
 - b. zabezpieczeń kredytowych
 - c. operacji bankowych osób prawnych
 - d. **danych "pozytywnych" i danych "negatywnych" o kredytobiorcach**

3. Dochody pozaodsetkowe związane są głównie:
 - a. z prowadzeniem akcji kredytowej
 - b. z operacjami na rynku międzybankowym
 - c. z operacjami biernymi
 - d. **z operacjami usługowymi**

4. Przykładem usługi finansowej będącej w fazie wprowadzania jest:
 - a. lokata terminowa
 - b. kredyt na zakup pojazdu
 - c. rachunek oszczędnościowo-rozliczeniowy
 - d. **polecenie zapłaty (ang. direct debit)**

5. Oferta depozytowa skierowana do przedsiębiorstwa uzależniona jest od:
 - a. branży, w której działa przedsiębiorstwo
 - b. wielkości przedsiębiorstwa i jego strategii inwestycyjnej
 - c. **kwoty wolnych środków finansowych**
 - d. wielkości sprzedaży i zrealizowanego zysku



6. Z punktu widzenia banku, kredyt inwestycyjny należy do operacji:
- a. pasywnych
 - b. **aktywnych**
 - c. pośredniczących
 - d. pozabilansowych

Moduł C

1. Co jest podstawą etyki biznesu?
- a. opis faktów gospodarczych
 - b. analiza zdarzeń ekonomicznych
 - c. analiza faktycznych norm i wartości
 - d. **ocena postaw moralnych w środowisku prowadzonej działalności gospodarczej**
2. Filozofia działania zgodnie z zasadami CRM (Customer Relationship Management) zakłada:
- a. utrzymywanie długotrwałych relacji wyłącznie z zyskownymi klientami korporacyjnymi
 - b. dążenie do wzrostu liczby pojedynczych transakcji zawieranych z klientami indywidualnymi umożliwiającymi maksymalizację zysku
 - c. **rozwój zyskownych i długotrwałych relacji z wybranymi klientami**
 - d. pozyskiwanie klientów wyłącznie za pomocą bankowości elektronicznej