

## **Zeszyt Hipoteczny Nr 4**

Marta Sobolewska

### **SPIS TREŚCI**

#### **PERSPEKTYWY ROZWOJU POLSKICH LISTÓW ZASTAWNYCH**

- 1. *Rozwój systemu listów zastawnych w innych krajach***
- 2. *Institucje tworzące specjalistyczne banki hipoteczne w Polsce***
- 3. *Analiza popytu na listy zastawne***
  - 3.1. *Otoczenie makroekonomiczne***
    - 3.1.1. *Otoczenie ekonomiczne*
    - 3.1.2. *Otoczenie demograficzne*
  - 3.2. *Analiza produktów konkurencyjnych względem listu zastawnego***
    - 3.2.1. *Obligacje skarbowe*
      - 3.2.1.1. *Rodzaje obligacji skarbowych*
    - 3.2.2. *Obligacje komunalne*
  - 3.3. *Analiza potencjalnych nabywców listów zastawnych***
    - 3.3.1. *Inwestorzy instytucjonalni*
    - 3.3.2. *Inwestorzy prywatni*
    - 3.3.3. *Uwarunkowania prawne w zakresie nabywania listów zastawnych*
      - 3.3.3.1. *Regulacje polskie*
      - 3.3.3.2. *Dyrektywy europejskie*
  - 3.4. *Cena, jako czynnik determinujący popyt***
  - 3.5. *Rating a kształtowanie się popytu na listy zastawne***
- 4. *Bariery rozwoju polskiego systemu listów zastawnych***

Franz – Josef Arndt

#### **MARKETING LISTÓW ZASTAWNYCH W NIEMCZECH**

- 1. *Znaczenie banków hipotecznych na niemieckim rynku kapitałowym.***
- 2. *Działalność banków hipotecznych***
  - 2.1. *Kredyty***
  - 2.2. *Sektory działalności***
  - 2.3. *List zastawny a inne papiery wartościowe***
- 3. *Wspólna polityka informacyjna członków Związku Niemieckich Banków Hipotecznych***

- 3.1. Historia wspólnej reklamy**
- 3.2. Przyczyny wspólnej reklamy**
- 3.3. Budżet VdH**
- 3.4. Agencje reklamowe**
- 3.5. Zasady emisji listu zastawnego**
- 4. *Kryteria wyboru lokat środków finansowych***
  - 4.1. Kryteria podstawowe**
  - 4.2. Kryteria uzupełniające**
- 5. *Inwestorzy listów zastawnych***
- 6. *Strukturalne listy zastawne***
- 7. *Struktura organizacyjna Związku Niemieckich Banków Hipotecznych***
- 8. *Instrumenty wykorzystywane przez Związek Niemieckich Banków Hipotecznych do prowadzenia polityki informacyjnej swoich członków***
  - 8.1. Ogłoszenia**
  - 8.2. Akcje i imprezy promocyjne**
  - 8.3. Publikacje prasowe**
- 9. *Przyczyny popularyzacji niemieckiego listu zastawnego za granicą***