

# SPIS TREŚCI

<b>Rozdział 1. RATING JAKO OCENA WIARYGODNOŚCI KREDYTOWEJ</b>	<b>7</b>
1.1. Geneza ratingu i agencji ratingowych na rynkach finansowych .....	8
1.2. Rating w ujęciu definicyjnym i jego rodzaje .....	10
1.3. Skala ocen ratingowych .....	14
<b>Rozdział 2. PROCEDURA NADANIA RATINGU</b>	<b>17</b>
2.1. Wymogi formalno-merytoryczne procesu nadania ratingu .....	18
2.2. Rating przedsiębiorstwa .....	20
2.3. Rating banku .....	22
2.4. Rating państwa .....	25
2.5. Rating jednostki samorządu terytorialnego .....	27
<b>Rozdział 3. AGENCJE RATINGOWE NA RYNKU FINANSOWYM</b>	<b>33</b>
3.1. Definicja agencji ratingowej w ujęciu teoretycznym .....	34
3.2. Agencja ratingowa w regulacjach prawnych i jej nadzór .....	38
3.3. Charakterystyka wybranych agencji ratingowych .....	41
3.3.1. Moody's Investors Service .....	41
3.3.2. Standard & Poor's Ratings Services .....	43
3.3.3. Fitch Ratings .....	45
3.3.4. Krajowe agencje ratingowe .....	46
3.4. Wykorzystanie ratingu w praktyce .....	50
<b>Załączniki</b>	<b>55</b>
<b>Literatura</b>	<b>63</b>