

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA "ARTIFEX" DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea	MANAGEMENT-MARKETING
1.3 Departamentul	FINANTE-CONTABILITATE
1.4 Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5 Ciclul de studii	MASTER
1.6 Programul de studii / Calificarea	ADMINISTRAREA AFACERILOR ÎN COMERȚ, TURISM ȘI SERVICII
1.7 Forma de învățământ	IF (Învățământ cu Frecvență)
1.8 Limba de studiu	Română
1.9 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MARKETING BANCAR								
2.2 Codul disciplinei	MAA0251FS1104								
2.3 Titularul activităților de curs									
2.4 Titularul activităților de seminar									
2.5 Anul de studiu	I	2.6 Semestrul	I	2.7 Tipul de evaluare (<i>E - examen / V - verificare / C - colocviu</i>)	V	2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, A - opțională, F - facultativă)	F	2.9 Numărul de credite ECTS	3

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar / laborator	1
3.4 Numărul de săptămâni	14				
3.5 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.6 curs	28	3.7 seminar / laborator	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat/Consultații					2
Examinări					1
Alte activități:					0
3.7 Total ore studiu individual			33		
3.8 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)			75		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	NU ESTE CAZUL-
4.2 de competențe	NU ESTE CAZUL-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a	• Sală de curs dotată cu laptop, acces la internet, videoproiector și tablă;
----------------------	--

cursului	<ul style="list-style-type: none"> • Studenții se vor prezenta la prelegeri cu telefoanele mobile închise; • Nu va fi acceptată întârzierea studenților la curs.
5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> • Sală de seminar dotată cu tablă, laptop, videoprojector și acces la internet; • Studenții se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise; • Nu va fi acceptată întârzierea studenților la seminar; • Studenții vor avea la dispoziție diverse materiale didactice.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ol style="list-style-type: none"> 1. asigura respectarea politicilor 2. îmbunătățește procesele de afaceri 3. desfășoară cercetare cantitativă 4. analizează procese de afaceri
Competențe transversale	<ol style="list-style-type: none"> 1. ofera consiliere altora 2. respecta angajamente

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea și însușirea terminologiei de specialitate, abordarea strategiilor economice sub aspectul conținutului și obiectivelor lor a mecanismelor, legatilor, restricțiilor, regularitatilor și indicatorilor pe care se sprijină activitatea de marketing bancar. 	
7.2 Obiectivele specifice	Cunoștințe:	<p>R.1.1: Absolventul cunoaște conținutul, obiectivele, tipurile, formele și modalitățile de manifestare în activitatea de marketing bancar.</p> <p>R.1.2: Absolventul identifică elementele componente ale strategiilor marketingului bancar.</p> <p>R.1.3: Absolventul deosebește tipurile de strategii organizaționale și obiectivele urmărite de fiecare în parte.</p>
	Aptitudini:	<p>R.1.1: Absolventul analizează diferite aspecte referitoare la principalele caracteristici ale mecanismului de funcționare a marketingului bancar.</p> <p>R.1.2: Absolventul interpretează principalele tendințe manifestate în funcționarea piețelor bancare.</p> <p>R.1.3: Absolventul evaluează corect și fundamentat științific oportunitățile și riscurile manifestate în mixul de marketing bancar.</p>
	Responsabilitate și autonomie	<p>R.1.1: Absolventul formulează strategii în organizații din diverse domenii de activitate</p> <p>R.1.2: Absolventul dezbate modul de implementare și evaluare a strategiilor utilizate în marketingul bancar.</p> <p>R.1.3: Absolventul îmbunătățește procesul strategic din organizații ce funcționează în diferite domenii de activitate.</p>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Tema 1. Delimitări conceptuale privind		2 ore	Bibliografie

Marketingul Bancar 1.1. Marketingul in domeniul financiar - bancar 1.2 Particularitatile marketingului bancar	Curs interactiv Conversatie euristica		obligatorie 1- Cap.1
Tema 2. Dinamica, structura si caracteristicile sistemului bancar 2.1. Cadrul legislativ si evolutie 2.2. Reforma sistemului bancar – necesitate si prioritati 2.3. Sistemul bancar romanesc in contextul european	Curs interactiv Conversatie euristica	2 ore	Bibliografie obligatorie 1- Cap.2
Tema 3. Consumatorul de servicii financiar - bancare 3.1. Clientul persoana fizica 3.2. Comportamentul consumatorului – factori de influenta 3.3. Decizia actului de cumparare 3.4. Clientul persoana juridica 3.4.1. Consumatorul commercial 3.4.2. Piata comerciala 3.4.3. Clientul persoana juridica – decizia de cumparare	Curs interactiv Conversatie euristica	6 ore	Bibliografie obligatorie 1- Cap.3
Tema 4. Sectorul financiar bancar – mixul de marketing 4.1. Particularitatile mix – ului de marketing	Curs interactive Conversatie euristica	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 – Cap.4
Tema 5. Consideratii privind politica pe produs 5.1. Caracteristicile si tipologia serviciilor financiar bancare 5.2. Strategia de produs – factorii de influenta 5.3. Dezvoltarea noilor servicii financiare	Curs interactiv Conversatie euristica	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 – Cap.5
Tema 6. Elemente semnificative ale politicii de pret 6.1. Servicii financiar – bancare : concept, caracteristici, particularitati si cost 6.2. Practici de stabilire a preturilor 6.3. Factorii formarii preturilor	Curs interactiv Conversatie euristica	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 – Cap.6
Tema 7. Aspecte generale privind politica de distributie 7.1. Distributia in sistemul financiar – bancar 7.2. Comunicatiile electronice	Curs interactiv Conversatie euristica	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 – Cap. 7
Tema 8. Particularitatile politicii de promovare 8.1. Promovarea in sistemul financiar bancar 8.2. Factorii de influenta	Curs interactiv Conversatie euristica	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 – Cap.8

8.3. Mijloace de promovare utilizate in sectorul serviciilor financiar - bancare			
Tema 9. Fidelizarea consumatorilor de servicii financiar – bancare 9.1. Necesitatea relatiilor de marketing cu consumatorii 9.2. Tranzactii de marketing 9.3. Aprecierea satisfactiei consumatorului 9.4. Strategii de mentinere a consumatorilor de servicii	Curs interactiv Conversatie euristica	4 ore	Bibliografie obligatorie 1 – Cap.9
Tema 10. Auditul de marketing in sectorul financiar bancar – particularitati 10.1. Conceptul de audit bancar 10.2. Auditul in marketingul serviciilor – caracteristici 10.3. Evaluarea activitatii de marketing in servicii 10.4. Indicatori de analiza a performantei bancare	Curs interactiv Conversatie euristica	4 ore	Bibliografie obligatorie 1 – Cap. 10
TOTAL		28 ore	

Bibliografie obligatorie:

1. Marinescu R.T. (2010) – Marketing financiar – bancar, Ed. Artifex Bucuresti;

Bibliografie suplimentară:

Danila N. (2000) - Managementul bancar: fundamente si orientari, Ed.Economica, Buc ;

Dedu V. (2001) - Getiune si audit bancar; Ed. Pentru Stiinte Nationale.

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
1. Tema Introducere in marketingul financiar – bancar, particularitati ale acestuia si caracteristicile sistemului bancar.	Exercițiul, demonstrația exemplificarea, dezbaterea; Realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1- Cap.1,2
2. Tema Comportamentul consumatorilor persoane fizice si juridice, decizia actului de cumparare, consumatorul comercial si piata comerciala.	Exercițiul, demonstrația exemplificarea, dezbaterea; Realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1- Cap.3
3. Tema Particularitatile mix-ului de marketing.	Exercitiul, demonstrația exemplificarea, dezbaterea. Realizarea de teme, referate , eseuri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 – Cap.4
4. Tema Strategia pe produs, factorii de influenta, serviciile financiar contabile, practice de stabilire a preturilor.	Exercitiul, demonstrația exemplificarea, dezbaterea. Realizarea de teme, referate, eseuri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 – Cap.5,6
5. Tema Distributia in sectorul financiar bancar, promovare si	Exercitiul,demonstrația exemplificarea, dezbatere.	2 ore	Bibliografie obligatorie -1 – Cap.7,8

factorii de influența.	Realizarea de teme, referate, eseuri.		
6. Tema Necesitatea relațiilor de marketing cu consumatorii, tranzacții și strategii.	Exercițiul, demonstrația exemplificarea, dezbateri. Realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie – 1 – Cap.9
7. Tema Conceptul auditului de marketing, caracteristici, evaluarea activității de marketing.	Exercițiul, demonstrația exemplificarea, dezbateri. Realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 – Cap.10
TOTAL		14 ore	

Bibliografie obligatorie:

1. Marinescu R.T. (2010) - Marketing financiar – bancar, Ed. Artifex București;

Bibliografie suplimentară:

Danila N. (2000) – Managementul bancar: - fundamente și orientări. Ed. Economica

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Pe parcursul derulării disciplinei pot fi invitați practicieni pentru prelegeri punctuale.
- Anual, în perioada de analiză a planurilor de învățământ, conținutul disciplinei și oportunitatea introducerii sau înlocuirii unor discipline sunt discutate cu reprezentanții comunității epistemice și cu reprezentanți ai mediului de afaceri din diverse domenii de activitate, inclusiv cu reprezentanți din sistemul cooperatist - Uniunea Națională a Cooperăției Mesteșugărești – UCECOM, în vederea adaptării la cerințele acestora și la cele ale pieței muncii.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; • capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, procedeele de operare și metodelor specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații specifice mix-ului de marketing; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate în auditul de marketing; • însușirea și aplicarea procedeelelor și tehnicilor specifice activității de marketing în servicii; • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică. 	Examen scris în sesiunea de examene.	50 %
10.5 Seminar/laborator	<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu 	Testarea continuă pe	20 %

	<p>care operează disciplina;</p> <ul style="list-style-type: none"> • capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, procedeele de operare și metodelor specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații specifice mix-ului de marketing; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate în auditul de marketing; • însușirea și aplicarea procedeele și tehnicilor specifice activității de marketing în servicii; • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică. 	<p>parcursul semestrului</p> <p>Participarea activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte</p>	<p>30%</p>
--	--	--	------------

<p>10.6 Standard minim de performanță</p>
<ul style="list-style-type: none"> • însușirea vocabularului specific disciplinei; • recunoașterea principiilor, legilor și a teoriilor aferente disciplinei de studiu; • înțelegerea și explicarea conceptelor fundamentale; • însușirea corectă a noțiunilor teoretice de bază și a indicatorilor și aplicarea acestora în soluționarea problemelor și opțiunilor de politică economică de mare actualitate (naționale și internaționale); • evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; • realizarea parțială a lucrărilor practice: prezentări de materiale la seminar, teme, referate, proiecte; • participarea la 1/2 din seminarii; • obținerea notei 5 la examenul final.

Data completării: 26.09.2024

Intocmit,

Conf. univ. dr. Cătălin Deatcu-Gavril

.....
Data avizării în departament: 30.09.2024

Semnătura directorului de departament,
Conf. univ. dr. Cătălin Deatcu-Gavril

Avizat,
Responsabil program de studii,
Conf. univ. dr. Anca Mihaela Melinceanu

.....
Data aprobării în Consiliul facultății: 30.09.2024

Semnătura Decan,
Conf. univ.dr. Anca Mihaela Melinceanu

.....