

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	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei				MARKETING BANCAR					
2.2 Codul disciplinei				MAA 0251 FS 1104					
2.3 Titularul activităților de curs				Conf.univ.dr. Cătălin Deatcu-Gavril					
2.4 Titularul activităților de seminar				Conf.univ.dr. Cătălin Deatcu-Gavril					
2.5 Anul de studiu	I	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare (E - examen / V - verificare / C - colocviu)	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:	2	3.3 seminar / laborator	1
		3.2 curs			
3.4 Numărul de săptămâni	14				
3.5 Total ore didactice din planul de învățământ	42	din care:	28	3.7 seminar / laborator	14
		3.6 curs			
3.8 Studiu individual, din care:					ore
Studiul după notițe de curs, suport de curs, manual, cărți, bibliografia minimală recomandată					10
Pregătire pentru seminar/proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					5
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					5
Pregătire pentru prezentări sau verificări					4
Pregătire pentru examinarea finală					5
Examinări					2
Consultații					2
Alte activități:					
3.9 Total ore studiu individual					33
3.10 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 cursului	• Sală de curs dotată cu laptop, acces la internet, videoproiector și tablă; • 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	• Sală de seminar dotată cu tablă, laptop, videoproiector 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	1. asigură respectarea politicilor 2. îmbunătățește procesele de afaceri 3. desfășoară cercetare cantitativă 4. analizează procese de afaceri
Competențe transversale	1. oferă consiliere altora 2. respectă angajamente

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea și însușirea terminologiei de specialitate, abordarea strategiilor economice sub aspectul conținutului și obiectivelor lor a mecanismelor, legatilor.restrictiilor, regularitatilor si indicatorilor pe care se sprijina activitatea de marketing bancar.	
7.2 Rezultatele învățării (Obiectivele specifice)	Cunoștințe:	Studentul/absolventul identifică și analizează procesele de marketing din cadrul firmelor din domeniul financiar-bancar. Studentul/absolventul identifică și analizează procesele de relaționare și comunicare în cadrul firmelor din domeniul financiar-bancar. Studentul/absolventul analizează rezultatele activității de marketing.
	Aptitudini:	Studentul/absolventul utilizează instrumente adecvate pentru evaluarea situației firmei din punct de vedere al poziției de marketing. Studentul/absolventul identifică alternativele de perfecționare a politicii de marketing și a relațiilor cu clienții.
	Responsabilitate și autonomie:	Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de a formula politici și strategii de marketing, pentru firme din domeniul financiar-bancar. Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de implementare a unor soluții de îmbunătățire a activității. Studentul/absolventul realizează studii/lucrări privind adoptarea diverselor strategii de promovare.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Tema 1. Delimitari conceptuale privind Marketingul Bancar 1.1. Marketingul in domeniul financiar – bancar 1.2. Particularitatile marketingului bancar	Curs interactiv Conversatie euristica	2 ore	Bibliografie 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 interactiv 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 8.3. Mijloace de promovare utilizate in sectorul serviciilor financiar - bancare	Curs interactiv Conversatie euristica	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 – Cap.8
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	Curs interactiv	4 ore	Bibliografie

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	Conversatie euristica		obligatorie 1 – Cap. 10
TOTAL		28 ore	
Bibliografie obligatorie: Marinescu, R.T. (2010) – Marketing financiar – bancar, Ed. Artifex, București			
Bibliografie suplimentară: Dănilă, N. (2000) - Managementul bancar: fundamente și orientări, Ed.Economică, București			
Dedu, V. (2001) - Gestiune și audit bancar, Ed. pentru Stiințe Naționale			
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, dezbateră; 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, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1- Cap.3
3. Tema Particularitatile mix-ului de marketing.	Exercitiul, demonstratia, exemplificarea, dezbateră. 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, demonstratia, exemplificarea, dezbateră. Realizarea de teme, referate, eseuri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 – Cap.5,6
5. Tema Distributia in sectorul financiar bancar, promovare si factorii de influenta.	Exercitiul,demonstratia, exemplificarea, dezbateră. Realizarea de teme, referate,eseuri	2 ore	Bibliografie obligatorie -1 – Cap.7,8
6. Tema Necesitatea relatiilor de marketing cu consumatorii, tranzactii si strategii.	Exercitiul, demonstratia, exemplificarea, dezbateră. Realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie – 1 – Cap.9
7. Tema Conceptul auditului de marketing, caracteristici, evaluarea activitatii de marketing.	Exercitiul, demonstratia, exemplificarea, dezbateră. Realizarea de teme, referate, eseuri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 – Cap.10
TOTAL		14 ore	
Bibliografie obligatorie: Marinescu, R.T. (2010) - Marketing financiar – bancar, Ed. Artifex, Bucuresti			
Bibliografie suplimentară: Dănilă, N. (2000) – Managementul bancar: fundamente și orientări, Ed. Economică, Bucuresti			

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	• 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 procedeeleor 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	• 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 procedeeleor 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.	Testarea continuă pe parcursul semestrului	20 %
		Participarea activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte	30%
10.6 Standard minim de performanță			

- 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: 25.09.2025

Intocmit,

Conf. univ. dr. Cătălin Deatcu - Gavril

.....

Data avizării în departament: 30.09.2025

Semnătura directorului de departament,

.....

Avizat,

Responsabil program de studii,

.....

Data aprobării în Consiliul facultății: 30.09.2025

Semnătura Decan,

Conf. univ.dr. Anca Mihaela Melinceanu

.....