

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA "ARTIFEX" DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea	FINANȚE ȘI CONTABILITATE
1.3 Departamentul	FINANȚE-CONTABILITATE
1.4 Domeniul de studii	FINANTE
1.5 Ciclul de studii	MASTER
1.6 Programul de studii / Calificarea	MANAGEMENT FINANCIAR BANCAR SI DE ASIGURARI
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				MFBA0111OS2101					
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	II	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare (E - examen / V - verificare / C - colocviu)	E	2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, A - opțională, F-facultativă)	O	2.9 Numărul de credite ECTS	7

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 didactice din planul de învățământ	42	din care: 3.6 curs	28	3.7 seminar / laborator	14
3.8 Studiu individual, din care:					ore
Studiul după notițe de curs, suport de curs, manual, cărți, bibliografia minimală recomandată					46
Pregătire pentru seminar/proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					35
Pregătire pentru prezentări sau verificări					4
Pregătire pentru examinarea finală					4
Examinări					2
Consultații					2
Alte activități:					-
3.9 Total ore studiu individual				133	
3.10 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)				175	

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	C1. Aplicarea conceptelor, principiilor și instrumentelor specifice managementului în domeniul financiar-bancar și în asigurări (4 puncte de credit). C1.1. Identificarea și definirea principiilor și funcțiilor managementului financiar-bancar și în asigurări (1 punct de credit) C1.2. Interpretarea principiilor și a conceptelor specifice managementului în situații date din activitatea bancară și de asigurări (1 punct de credit) C1.3. Aplicarea integrată a conceptelor specifice și a instrumentelor în fundamentarea deciziei manageriale în domeniul financiar-bancar și în asigurări (1 punct de credit) C1.5. Fundamentarea unor decizii manageriale în situații economice date (1 punct de credit)
Competențe transversale	CT1. Aplicarea valorilor și eticii profesiei și executarea responsabilă a unor sarcini profesionale complexe în condiții de autonomie și independență profesională, promovarea raționamentului logic, a aplicabilității practice, a evaluării și autoevaluării în luarea deciziilor (2 puncte de credit) CT2. Exercițierea rolurilor specifice muncii în echipă pe diferite nivele de ierarhizare, inclusive cu asumarea de roluri de conducere și promovarea dialogului, cooperării, atitudinii pozitive și diversității și îmbunătățirea continuă a propriei activități (1 punct de credit).

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 și indicatorilor pe care se sprijina activitatea de marketing bancar.	
7.2 Rezultatele învățării (obiectivele specifice)	Cunoștințe:	R.1.1: Absolventul cunoaște conținutul, obiectivele, tipurile, formele și modalitățile de manifestare în activitatea de marketing bancar. R.1.2: Absolventul identifică elementele componente ale strategiilor marketingului bancar. R.1.3: Absolventul deosebește tipurile de strategii organizaționale și obiectivele urmărite de fiecare în parte.
	Aptitudini:	R.1.1: Absolventul analizează diferite aspecte referitoare la principalele caracteristici ale mecanismului de funcționare a marketingului bancar. R.1.2: Absolventul interpretează principalele tendințe manifestate în funcționarea piețelor bancare. R.1.3: Absolventul evaluează corect și fundamentat științific oportunitățile și riscurile manifestate în mixul de marketing bancar.

	Responsabilitate și autonomie	R.1.1 Absolventul formulează strategii în organizații din diverse domenii de activitate R.1.2: Absolventul dezbate modul de implementare și evaluare a strategiilor utilizate în marketingul bancar. R.1.3: Absolventul îmbunătățește procesul strategic din organizații ce funcționează în diferite domenii de activitate.
--	-------------------------------	--

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Tema 1. Delimitari conceptuale privind Marketingul Bancar 1.1. Marketingul în domeniul financiar - bancar 1.2 Particularitățile marketingului bancar	Curs interactiv Conversație euristica	2 ore	Bibliografie obligatorie 1- Cap.1
Tema 2. Dinamica, structura și caracteristicile sistemului bancar 2.1. Cadrul legislativ și evoluție 2.2. Reforma sistemului bancar – necesitate și priorități 2.3. Sistemul bancar românesc în contextul european	Curs interactiv Conversație euristica	2 ore	Bibliografie obligatorie 1- Cap.2
Tema 3. Consumatorul de servicii financiar - bancare 3.1. Clientul persoană fizică 3.2. Comportamentul consumatorului – factori de influență 3.3. Decizia actului de cumpărare 3.4. Clientul persoană juridică 3.4.1. Consumatorul comercial 3.4.2. Piața comercială 3.4.3. Clientul persoană juridică – decizia de cumpărare	Curs interactiv Conversație euristica	6 ore	Bibliografie obligatorie 1- Cap.3
Tema 4. Sectorul financiar bancar – mixul de marketing 4.1. Particularitățile mix – ului de marketing	Curs interactive Conversație euristica	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 – Cap.4
Tema 5. Considerații privind politica pe produs 5.1. Caracteristicile și tipologia serviciilor financiar bancare 5.2. Strategia de produs – factorii de influență 5.3. Dezvoltarea noilor servicii financiare	Curs interactiv Conversație euristica	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 – Cap.5
Tema 6. Elemente semnificative ale politicii de preț 6.1. Servicii financiar – bancare : concept, caracteristici, particularități și cost 6.2. Practici de stabilire a prețurilor 6.3. Factorii formării prețurilor	Curs interactiv Conversație 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 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, 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	Exercitiul, demonstrația exemplificarea,	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 –

marketing.	dezbateră. Realizarea de teme, referate , eseuri		Cap.4
4. Tema Strategia pe produs, factorii de influență, serviciile financiare contabile, practici de stabilire a prețurilor.	Exercițiul, demonstrația exemplificarea, dezbateră. Realizarea de teme, referate, eseuri	2 ore	Bibliografie obligatorie 1 – Cap.5,6
5. Tema Distribuția în sectorul financiar bancar, promovare și factorii de influență.	Exercițiul,demonstrația exemplificarea, dezbateră. Realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie -1 – Cap.7,8
6. Tema Necesitatea relațiilor de marketing cu consumatorii, tranzacții și strategii.	Exercițiul, demonstrația exemplificarea, dezbateră. 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, dezbateră. 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 Mestesugărești – 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 procedeele și	Examen scris în sesiunea de examene.	50 %

	tehnichilor 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.		
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 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.	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: 24.09.2025

Semnătura titularului de curs,
Conf. univ. dr. Cătălin Deatcu-Gavril

Semnătura titularului de seminar,
Conf. univ. dr. Cătălin-Gavril Deatcu

.....

.....

Data avizării în departament: 30.09.2025
Semnătura directorului de departament,
Conf. univ. dr. Cătălin Deatcu-Gavril

Avizat,
Responsabil program de studii,
Prof. univ. dr. habil. Mădălina-Gabriela Anghel

.....

.....

Data aprobării în Consiliul facultății: 30.09.2025
Semnătura Decan,
Conf. univ. dr. Andrei Buiga

.....