

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ	Universitatea „1 Decembrie 1918”
1.2. Facultatea	de Științe Economice
1.3. Departamentul	Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii	Marketing și Promovarea Vânzărilor

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Marketing financiar-bancar		2.2. Cod disciplină	MP21-1			
2.3. Titularul activității de curs	Conf. univ. dr. Iuga Iulia						
2.4. Titularul activității de seminar	Asist. univ. dr. Cioca Ionela						
2.5. Anul de studiu	II	2.6. Semestrul	I	2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP)	E	2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă)	O

3. Timpul total estimat

3.1. Numar ore pe saptamana	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					45
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					45
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					50
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					-

3.7 Total ore studiu individual	144
3.8 Total ore din planul de învățământ	56
3.9 Total ore pe semestru	200
3.10 Numărul de credite	8

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- pentru susținerea cursului: slide-uri, materiale informative - pentru studenți: suport de curs în format editat
--------------------------------	--

	- echipamente tehnice: laptop, videoproiector
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	- pentru susținerea seminarului: materiale informative - echipamente tehnice: laptop, videoproiector

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1 Utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură financiară în entitățile/organizațiile private și publice C2 Culegerea, analiza și interpretarea de date și informații referitoare la probleme economico-financiare C6 Aplicarea deciziilor financiare în cadrul entităților/organizațiilor private și publice
Competențe transversale	Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<i>Dezvoltarea capacității studentului de a construi și utiliza corect și eficient informația de marketing la nivelul instituțiilor financiar-bancare.</i>
7.2 Obiectivele specifice	<p>Transmiterea conceptelor de bază privind normele interne și internaționale în domeniul bancar și prezentarea convergenței legislației românești cu directivele europene în domeniul bancar.</p> <p>Prezentarea noțiunilor, relațiilor, tehnicilor și procedeelelor specifice politicilor de marketing la nivelul unei bănci. (identificarea și analiza strategiile de marketing la nivelul unei bănci; soluționarea problemelor specifice de segmentare a pieței financiar-bancare).</p> <p>Formarea deprinderilor practice și abilităților de lucru specifice utilizării adecvate, sistematice a instrumentelor de marketing la nivelul instituțiilor financiar-bancare.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dezvoltarea capacității de cunoaștere și înțelegere a noțiunilor de bază legate de activitățile de marketing bancar - Studiul principalelor noțiuni privind piața serviciilor financiar-bancare - Capacitatea de înțelegere și stabilire a mediului de marketing al instituției financiar-bancare - Dezvoltarea capacității de cunoaștere, înțelegere și analiză a mixului de marketing în domeniul financiar-bancar - Dezvoltarea abilității de a concepe un program de marketing privind modalitățile de fidelizare a consumatorului de servicii bancare - Dezvoltarea capacității de cunoaștere și înțelegere a - Dezvoltarea capacității de organizare a activității de comunicație promoțională

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Cap. 1. Marketing financiar-bancar. Delimitări conceptuale. 1.1. Conținutul marketingului financiar-bancar 1.2. Domeniile marketingului financiar-bancar	Prelegere Conversație Exemplificări	
Cap. 2. Mediul de marketing al instituției financiar-bancare 2.1. Micromediul instituției financiar-bancare 2.2. Macromediul instituției financiar-bancare 2.3. Mediul internațional		
Cap. 3. Piața serviciilor financiar-bancare 3.1. Segmentarea pieței 3.2. Capacitatea companiei 3.3. Conținutul pieței instituției financiar-bancare 3.4. Componentele pieței instituției financiar-bancare 3.5. Dimensiunile pieței instituției financiar-bancare	Prelegere Conversație Exemplificări	
Cap. 4. Mixul de marketing în domeniul financiar-bancar 4.1. Politica de produs 4.2. Politica de preț 4.3. Politica de distribuție 4.4. Politica promoțională	Prelegere Conversație Exemplificări	
Cap. 5. Modalități de fidelizare a consumatorului de servicii bancare 5.1. Tranzacții și relații de marketing 5.2. Strategii de formare și menținere a relațiilor preferențiale de marketing	Prelegere Conversație Exemplificări	
Cap. 6. Cooperarea în domeniul marketingului bancar 6.1. Aranjamentele contractuale 6.2. Alianțele strategice	Prelegere Conversație Exemplificări	

Cap. 7. Eficiența în domeniul activității bancare 7.1. Sistemul ratelor de expresie a performanțelor bancare	Prelegere Conversație Exemplificări	
Cap. 8. Strategii de vânzări în domeniul bancar 8.1. Comportamentul consumatorului de produse financiar-bancare 8.2. Tipuri de clienți bancari 8.3. Strategii de expansiune bancară	Prelegere Conversație Exemplificări	
8.2 Bibliografie 1. Balaure, V., (coord.), <i>Marketing</i> , ediția a-II-a, Editura Uranus, București, 2002. 2. Petre Brezeanu, Cristina Maria Triandafil, <i>Managementul Financiar Bancar al Riscului de Faliment Corporativ</i> , Editura: Cavallioti, 2008 3. Cătoi, I., (coord.), <i>Cercetări de marketing. Tratat.</i> , Editura Uranus, București, 2009. 4. Cetină Iuliana, Odobescu Emanuel, <i>Strategii de marketing bancar</i> , Ed. Economică, București, 2008 5. Hinescu, A., Iuga, I., Bolog, A., <i>Management-Marketing</i> , Editura Aeternitas, Alba Iulia, 2002. 6. A. Hinescu, I. Iuga, N. Fleser, <i>Marketing</i> , Editura Risoprint, Cluj Napoca, 2005 7. Iuga I., <i>Operațiuni preliminare acordării creditelor bancare</i> , Editura Aeternitas, Alba Iulia, 2004 8. Lefter Chirica, <i>Marketing financiar – monetar</i> , Editura: Economica, 2012 9. Odobescu Emanuel, <i>Marketingul bancar modern</i> , Ed. Sigma, București, 2007 10. Olteanu V., <i>Marketing financiar-bancar</i> , Ed. Ecomar, București, 2003 11. Roșca T., Iuga I., <i>Monedă și credit</i> , Editura Risoprint, Cluj Napoca, 2005. 12. Sexton, Don, <i>BRANDING: cum se construiește bunul cel mai de pret al unei companii</i> , Editura Curtea Veche, 2012 13. Stoica M., <i>Management bancar</i> , Editura Economică, București, 1999. 14. Stoica O. - coordonator, Căpraru B., Filipescu D., <i>Efecte ale integrării europene asupra sistemului bancar românesc</i> , Editura Univ. Al. I. Cuza, Iași, 2005. 16. <i>Bank for International Settlements, Core Principles for Effective Banking Supervision</i> , Oct. 2006, ISBN 92-9131-725-X. 17. Legislație bancară actualizată la 1 octombrie 2016.		
Seminar-laborator		
Cap. 1. Marketing financiar-bancar. Delimitări conceptuale.	<i>Studii de caz</i> <i>Discuții</i> <i>Exemplificări</i>	
Cap. 2. Piața serviciilor financiar-bancare	<i>Studii de caz</i> <i>Discuții</i> <i>Exemplificări</i>	
Cap. 3. Mediul de marketing al instituției financiar-bancare	<i>Studii de caz</i> <i>Discuții</i> <i>Exemplificări</i>	
Cap. 4. Mixul de marketing în domeniul financiar-bancar	<i>Studii de caz</i> <i>Discuții</i> <i>Exemplificări</i>	
Cap. 5. Modalități de fidelizare a consumatorului de	<i>Studii de caz</i>	

servicii bancare	Discuții Exemplificări	
Cap. 6. Cooperarea în domeniul marketingului bancar	Studii de caz Discuții Exemplificări	
Cap. 7. Conținutul eficienței în domeniul activității bancare.	Studii de caz Discuții Exemplificări	
Cap. 8. Strategii de vânzări în domeniul bancar		

Bibliografie

1. Badea L., Socol A., Drăgoi V., Drigă I, *Managementul riscului bancar*, Editura Economică, București, 2010.
2. Cetină Iuliana, Odobescu Emanuel, *Strategii de marketing bancar*, Ed. Economică, București,
3. COCRIS, Vasile; CHIRLESAN, Dan, *Tehnica operatiunilor bancare*, Ed. Universitatii "A.I.I. Cuza", Iasi, 2006
4. IUGA IULIA, *Monedă și credit. Îndrumar. Caiet de lucrări practice*, Ed. Risoprint, Cluj Napoca, 2005
5. A. Hinescu, I. Iuga , N. Fleser, *Marketing*, Editura Risoprint, Cluj Napoca, 2005
6. 2008
7. Hinescu, A., Iuga, I., Bolog, A., *Management-Marketing*, Editura Aeternitas, Alba Iulia, 2002.
8. LEFTER CHIRICA, *Marketing financiar - monetar*, Economica [2012]
9. Odobescu Emanuel, *Marketingul bancar modern*, Ed. Sigma, București, 2007
10. Olteanu V., *Marketing financiar-bancar*, Ed. Ecomar, București, 2003
11. Olteanu V., *Marketingul serviciilor*, Ed. Ecomar, București, 2003
12. ROSCA TEODOR, IUGA IULIA - *Monedă și credit*, Editura Risoprint, Cluj Napoca, 2005
13. SERVIGNY, A. de *Le risque de crédit*, Dunod, Paris, 2001
14. Legislație bancară actualizată la 1 februarie 2016.

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

Conținuturile disciplinei sunt adaptate la cadrul legislativ actual și poate contribui la formarea de specialiști în domeniul marketingului financiar-bancar în general, operabilă la nivelul băncilor, instituțiilor financiar-bancare și a l instituțiilor publice în special. Pentru studenții care continuă studiile la un program de master în domeniul financiar-bancar disciplina poate constitui un punct de plecare pentru aprofundarea domeniului și elaborarea unor lucrări cu un nivel științific ridicat. Prin conținut, disciplina răspunde necesităților practice actuale ale angajatorilor.

16. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Rezolvarea corectă și completă a cerințelor subiectelor de examen</i>	Probă orală în cadrul examenului.	70%
	-	-	-
10.5 Seminar/laborator	<i>- Corectitudinea și completitudinea întocmirii lucrărilor</i>	<i>Verificare pe parcurs Efectuarea unor lucrări practice/Intocmire</i>	30%

	<i>practice</i>	<i>referate</i>	
	- <i>Conținutul științific al referatelor</i>		-
	- <i>Implicarea în abordarea tematicii seminariilor</i>		

10.6 Standard minim de performanță:

Demonstrarea competențelor în:

Utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură financiară în entitățile/organizațiile private și publice

Culegerea, analiza și interpretarea de date și informații referitoare la probleme economico-financiare

Aplicarea deciziilor financiare în cadrul entităților/organizațiilor private și publice

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

01.10.2016

Conf.univ.dr Iuga Iulia

Conf.univ.dr Iuga Iulia

Data avizării în departament

Semnătura director de departament

3.10.2016

Conf.univ dr Gavrilă Paven Ionela