

FIȘA DISCIPLINEI

pentru anul universitar 2025/26

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapienția din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești din Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Economie
1.4. Ciclul de studii	Masterat
1.5. Programul de studiu	Economie aplicată și finanțe
1.6. Calificarea	Economist

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Știința Afacerilor		
2.1. Denumirea disciplinei	Marketingul sectorului de finanțe și bănci		
2.2. Tipul activității	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului	Conf. dr. Nagy Benedek		
2.4. Titularul(ii) activităților de	seminar		
	laborator		
	proiect		
2.5. Anul de studiu	2	2.6. Semestrul	4
2.7. Forma de verificare	C	2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	DA
2.11. Codul disciplinei	CMGG0141		

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	Din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar / laborator/ proiect/ practică	0
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/ laborator/ proiect/ practică	0
3.4.o Din care online	0	3.5.o. curs		3.6. o. seminar	
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ¹					4
3.8. Total ore pe semestru					112
3.9. Total ore studiu individual					84
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:					ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					35
c) Pregătire seminarii /laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30

¹ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

d) Tutoriat	6
e) Examinări	4
f) Alte activități:	2

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	nu sunt
4.2. de competențe	cunoștințe elementare de marketing

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	• tablă tip whiteboard • videoproiector și instalație pt. sunet
5.2. De desfășurare a seminarului/ laboratorului	-

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul identifică pertinent particularitățile strategiilor de marketing specifice organizațiilor care activează în domeniul serviciilor financiare. Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe despre sectorul financiar bancar.
Aptitudini	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de operaționalizare a strategiilor de produs, preț, distribuție și comunicare în cadrul organizațiilor de afaceri care activează în sectorul serviciilor și al finanțelor în special, în context internațional. Studentul/Absolventul formulează strategii eficiente de marketing, specifice activităților financiar-bancare.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta decizii pertinente referitoare la strategia de produs, de preț, de distribuție și de comunicare în cadrul organizațiilor de afaceri care activează în domeniul serviciilor. Studentul/Absolventul manifestă un comportament etic în luarea deciziilor.

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	• ridicarea competențelor de evaluare, promovare și vânzare de servicii financiare ale studenților înscriși la curs, în vederea îmbunătățirii acestor competențe în domeniul financiar-bancar
7.2. Obiectivele specifice	• cunoașterea tipurilor de servicii financiare, specificități în promovarea și vânzarea acestora • cele mai noi metode și tehnici de vânzare ale acestor servicii • înțelegerea rolului relațiilor de afaceri (networking) și utilizarea acestora în vânzări • îmbunătățirea abilităților de exprimare și comunicare în acest domeniu

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
I. Concepte de bază		2 ore
I.1. Introducere în marketingul serviciilor		
I.2. Istoria activității bancare și relevanța acestuia pe piețele de azi	Prelegeri orale, cu ilustrații și texte scrise pe tablă	2 ore
I.3. Noile evoluții și situații pe piețele financiar-bancare		2 ore
I.4. Produse și servicii financiar-bancare		2 ore
II. Comportamentul consumatorului de servicii financiare		
II.1. Procesul decizional		
II.2. Comportamentul consumatorului la cumpărarea și în consumul serviciilor financiare		2 ore
II.3. Comportamentul consumatorului: persoane fizice și persoane juridice		2 ore
III. Mijloacele de marketing în domeniul financiar		
III.4. Calitatea serviciilor financiar-bancare		2 ore
III.5. Pretul în serviciile financiare		
III.6. Reclama și mijloacele de promovare		2 ore
III. Strategii de promovare		
III.1. Segmentarea piețelor financiare		2 ore
III.2. Introducerea pe piață a unor noi servicii și produse financiare		2 ore
III.3. Rolul tehnologiei informaționale		
III.4. Tehnici online de promovare		2 ore
IV. Cercetări de marketing financiar-bancar		
IV.1. Necesitatea și caracteristicile cercetărilor pe aceste piețe		
IV.2. Cercetări calitative		
IV.3. Cercetări cantitative		2 ore
Bibliografie		
1. Nagy Benedek: Note de curs Marketing financiar-bancar, 2022-2023, adresa Drive 2. Cetină I. – <i>Mixul de marketing în sectorul bancar</i>, Revista Romană de Marketing, vol. 1, nr. 4, [Online], disponibil la: http://www.edituraauranus.ro/marketing-online/14/pdf/5.pdf, [Accesat la: 12 aprilie 2011]. 3. Ennew Christine: Financial services marketing: an international guide to principles and practice/ Christine T. Ennew, Nigel Waite, London : Routledge, 2013 4. Estelami Hooman: Marketing financial services/ Hooman Estelami, Indianapolis, IN : Dog Ear Pub, 2012.		
8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
-		

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

- Se vor arăta de fiecare dată relevanța teoriilor prezentate în privința sistemului financiar-bancar din România
- Exemplificări din regiune și din țară
- Se vor aduce articole de specialitate în legătură cu așteptările de pe piața muncii
- Se va organiza o întâlnire cu un reprezentant înalt de la o bancă din România, în legătură cu principalele evoluții pe piața financiar/bancară

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare: -

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	- cunoștințele însușite	- examen scris, 5 întrebări deschise	100%
	- raționamentul utilizat		
10.5. Seminar	-		
10.6. Standard minim de performanță			
• însușirea cunoștințelor, noțiunilor fundamentale din serviciile financiar-bancare • cunoașterea a cel puțin 3 mijloace de marketing financiar-bancar • obținerea a 21 puncte la examenul de promovare din totalul de 50 puncte posibile			

Data completării 10.07.2025

Semnătura titularului disciplinei
dr. Nagy Benedek



Semnătura titularului/rilor de aplicații

-

Data avizării în departament
09.09.2025

Semnătura directorului de departament
dr. Nagy Benedek



Semnătura responsabilului programului de studii
Dr. Lázár Ede

