

# Fișa disciplinei

## 1. Date despre program

|                               |                              |
|-------------------------------|------------------------------|
| 1.1. Instituția de învățământ | ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE |
| 1.2. Facultatea               | MARKETING                    |
| 1.3. Departamente             | (Departament) MARKETING      |
| 1.4. Domeniul de studii       | Marketing                    |
| 1.5. Ciclul de studii         | Licență                      |
| 1.6. Forma de învățământ      | CU FRECVENȚĂ                 |
| 1.7. Programul de studii      | Marketing                    |
| 1.8. Limba de studiu          | Engleză                      |
| 1.9. Anul universitar         | 2028-2029                    |

## 2. Date despre disciplina

|                     |                                    |                |          |                        |                   |                          |                 |                       |          |
|---------------------|------------------------------------|----------------|----------|------------------------|-------------------|--------------------------|-----------------|-----------------------|----------|
| 2.1. Denumire       | <b>Antreprenoriat în marketing</b> |                |          |                        |                   |                          |                 |                       |          |
| 2.2. Cod            | <b>28.0256IF3.2-07.2</b>           |                |          |                        |                   |                          |                 |                       |          |
| 2.3. Anul de studii | <b>3</b>                           | 2.4. Semestrul | <b>2</b> | 2.5. Forma de evaluare | <b>Verificare</b> | 2.6. Regimul disciplinei | <b>Optional</b> | 2.7. Nr. credite ECTS | <b>4</b> |
| 2.8. Titulari       |                                    |                |          |                        |                   |                          |                 |                       |          |

## 3. Timp total estimat

|                                                                                                |        |            |       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------------|-------|
| 3.1. Număr de săptămâni                                                                        | 14.00  |            |       |
| 3.2. Număr de ore pe săptămână                                                                 | 3.00   | din care   |       |
|                                                                                                |        | CURS(C)    | 2.00  |
|                                                                                                |        | SEMINAR(S) | 1.00  |
| 3.3. Total ore din planul de învățământ                                                        | 42.00  | din care   |       |
|                                                                                                |        | CURS(C)    | 28.00 |
|                                                                                                |        | SEMINAR(S) | 14.00 |
| 3.4. Total ore de studiu pe semestru (număr ECTS*25 ore)                                       | 100.00 |            |       |
| 3.5. Total ore studiu individual                                                               | 58.00  |            |       |
| Distribuția fondului de timp pentru studiu individual                                          |        |            |       |
| Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe                                     | 20.00  |            |       |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren | 5.00   |            |       |
| Pregătire seminarii, laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri                         | 5.00   |            |       |
| Tutoriat                                                                                       | 1.00   |            |       |
| Examinări                                                                                      | 1.00   |            |       |
| Alte activități                                                                                | 1.00   |            |       |

## 4. Precondiții

|                    |                                                                               |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 4.1. de curriculum |                                                                               |
| 4.2. de competențe | Asimilarea cunoștințelor fundamentale de marketing în timpul anilor de studii |

## 5. Condiții desfășurare activități

|                   |                                                                                               |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| pentru CURS(C)    | Prelegerile se desfășoară în săli cu acces la Internet și cu echipament de predare multimedia |
| pentru SEMINAR(S) | Seminariile se desfășoară în săli cu acces la Internet                                        |

## 6. Competențe specifice acumulate

|   |
|---|
| - |
|---|

## 7. Obiectivele disciplinei

|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7.1. Obiectivul general  | îmbogățirea cunoștințelor de specialitate ale studenților cu elemente particulare ale aplicării marketingului în domeniul serviciilor financiar bancare.                                                                                                                                                 |
| 7.2. Obiective specifice | Understanding the external marketing, internal marketing and interactive marketing concepts<br>Identification of consumer features of financial and banking services<br>Explaining the concepts of strategic marketing, marketing mix in financial and banking services, global product, partial product |

## 8. Conținuturi

| 8.1. CURS(C)             | Metode de predare/ lucru | Recomandări |
|--------------------------|--------------------------|-------------|
| 0                        |                          |             |
| <b>Bibliografie</b><br>- |                          |             |
| 8.2. SEMINAR(S)          | Metode de predare/ lucru | Recomandări |
| 0                        |                          |             |
| <b>Bibliografie</b><br>- |                          |             |

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

|                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Discutarea conținutului disciplinei și a cerințelor din cadrul proiectului de echipă cu reprezentanți ai mediului de afaceri. |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 10. Evaluare

| Activitatea                         | Criterii de evaluare                                                                                                                                                                                  | Metode de evaluare | Pondere în nota finală |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------------------|
| 10.1. Evaluare finală               |                                                                                                                                                                                                       |                    |                        |
| 10.2. Modalitatea de notare         | Note întregi 1-10                                                                                                                                                                                     |                    |                        |
| 10.3. Standard minim de performanță | Elaborarea și susținerea în cadrul unui grup de 2-5 persoane a unui Proiect de disciplină având ca finalitate evaluarea calității serviciilor financiar-bancare prestate de diverse companii din țară |                    |                        |

Data listării,  
06/10/2026

Titulari,

Data avizării în departament,

Director departament,