

## Cuprins

<b>Introducere</b> .....	9
<b>Capitolul 1. Conținutul, rolul și funcțiile marketingului financiar-monetar</b> .....	11
1.1. Elemente esențiale privind știința marketingului .....	11
1.2. Domeniile și specializarea marketingului .....	15
1.3. Rolul, funcțiile și practicile marketingului .....	17
1.4. Esența și conținutul marketingului financiar-monetar .....	18
<b>Capitolul 2. Marketingul și elementele fundamentale ale activității financiar-monetare</b> .....	23
2.1. Circulația monetară și creditul .....	23
2.1.1. Masa monetară și puterea de cumpărare a banilor .....	28
2.1.2. Convertibilitatea banilor (monedei) .....	34
2.1.3. Elementele pieței monetare .....	36
2.1.4. Crearea și multiplicarea banilor în sistemul bancar .....	38
2.1.5. Marketingul operațiunilor intrabancare și interbancare .....	42
2.1.5.1. Marketingul operațiunilor intrabancare .....	42
2.1.5.2. Marketingul operațiunilor interbancare .....	43
2.1.6. Marketingul operațiunilor de trezorerie .....	49
2.1.6.1. Gestiunea și marketingul operațiunilor de casă .....	51
2.1.6.2. Operațiunile cu instrumente de plată și credit .....	52
2.1.7. Marketingul și managementul operațiunilor de creditare .....	66
2.1.7.1. Tipologia creditelor bancare .....	66
2.1.7.2. Sistemul bancar și operațiunile de creditare .....	68
2.1.7.3. Garanțiile pentru acordarea creditelor .....	80
2.1.7.4. Relațiile de creditare cu clientela financiară .....	81
2.1.7.5. Rolul băncilor centrale în operațiunile de creditare .....	82
2.1.7.6. Repere istorice privind Banca Națională a României și sistemul bancar românesc .....	84
2.1.7.7. Rolul sistemului bancar internațional în operațiunile de creditare ..	93
<b>Capitolul 3. Marketingul gestionării riscurilor financiar-monetare</b> .....	95
3.1. Marketingul riscului de întreprindere .....	96
3.2. Marketingul riscurilor de parteneriat sau de contrapartidă .....	97
3.2.1. Marketingul riscului de lichiditate .....	97
3.2.2. Marketingul riscului de credit .....	109
3.2.3. Marketingul riscului dobânzii .....	111
3.3. Marketingul riscului de piață .....	116

3.4. Marketingul riscului valutar (riscului de schimb) .....	118
3.5. Marketingul riscului de solvabilitate .....	121
3.6. Marketingul riscurilor operaționale .....	129
3.7. Marketingul altor categorii de riscuri .....	130
3.8. Managementul și marketingul prevenirii riscurilor financiar-monetare.....	133
<b>Capitolul 4. Evoluția marketingului în activitățile financiar-monetare.....</b>	<b>139</b>
4.1. Scurt istoric privind evoluția marketingului financiar-monetar .....	139
4.1.1. Evoluția elementelor procesuale ale marketingului financiar-monetar .....	141
4.2. Procesele de marketing din instituțiile financiar-monetare .....	142
<b>Capitolul 5. Intermedierea financiar-monetară și marketingul pieței monetar-financiare .....</b>	<b>147</b>
5.1. Cadrul general de manifestare a intermediierilor financiar-monetare .....	147
5.2. Marketingul ratei dobânzii pe piața financiar-monetară.....	151
5.3. Elemente definitorii ale serviciilor de intermediere financiar-monetară .....	157
5.4. Clasificarea serviciilor financiar-monetare .....	161
5.5. Factorii de influență și componentele serviciilor financiar-monetare .....	164
5.5.1. Serviciul (produsul) financiar-monetar propriu-zis.....	165
5.5.1.1. Gama de servicii și produse financiar-monetare.....	166
5.5.1.2. Ciclul de viață și înnoirea serviciilor financiar-monetare.....	167
5.5.1.3. Particularitățile și alternativele strategice ale politicii de produs (serviciu) .....	172
5.5.2. Resursele umane (personalul) .....	175
5.5.3. Consumatorii (clienții) .....	180
5.5.4. Fundamentarea deciziilor de achiziționare a produselor și serviciilor financiar-monetare.....	184
5.5.5. Concurența .....	187
5.5.5.1. Strategii și politici concurențiale .....	192
5.5.6. Prețurile.....	195
5.5.6.1. Coordonate ale strategiilor de preț.....	197
5.5.7. Distribuția și politicile de distribuție .....	220
5.5.7.1. Conceptul de distribuție în sistemul financiar-monetar .....	220
5.5.7.2. Rețelele de distribuție a produselor și serviciilor.....	225
5.5.7.3. Distribuția specifică produselor și serviciilor financiar-monetare.....	228
5.5.8. Activitățile de promovare și fidelizare a consumatorilor .....	235
5.5.8.1. Conținutul politicii promoționale și tipologia promovării .....	241
5.5.8.2. Mijloacele și tehnicile de comunicație utilizate în activitățile de promovare .....	245
5.5.8.3. Promovarea specifică sectorului financiar-monetar.....	250

---

<b>Capitolul 6. Organizarea și conducerea activităților de marketing la nivelul instituțiilor financiar-monetare</b> .....	263
6.1. Organizarea funcțiunii de marketing a instituțiilor financiar-monetare .....	263
6.2. Procesele decizionale în activitatea de marketing financiar-monetar .....	268
6.2.1. Structura procesului decizional și metodologia elaborării și adoptării deciziilor de marketing .....	271
<b>Capitolul 7. Marketingul piețelor de capital</b> .....	273
7.1. Scurte considerații privind piețele de capital .....	273
7.1.1. Piața titlurilor de valoare .....	274
7.2. Marketingul piețelor de capital .....	278
<b>Capitolul 8. Marketingul crizelor financiar-monetare</b> .....	283
<b>Capitolul 9. Marketingul finanțării tranzacțiilor economice internaționale</b> .....	287
9.1. Finanțarea comerțului internațional .....	287
9.2. Marketingul financiar-monetar internațional .....	291
<b>Bibliografie</b> .....	293