



Guía Docente				
Datos Identificativos				2012/13
Asignatura (*)	Marketing financeiro	Código	611448016	
Titulación	Mestrado Universitario en Banca e Finanzas			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	2
Idioma				
Prerrequisitos				
Departamento	Análise Económica e Administración de Empresas			
Coordinación	Blazquez Lozano, Felix	Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es	
Profesorado	Blazquez Lozano, Felix Rey García, Marta	Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es marta.reyg@udc.es	
Web				
Descrición xeral				

Competencias da titulación	
Código	Competencias da titulación
A18	Coñecemento dos principais aspectos que abrangue a actividade bancaria.
A19	Aprender a identificar oportunidades comerciais no sector bancario.
A20	Implementar a planificación estratéxica no mercado bancario e financeiro.
A24	Capacidade para identificar os retos estratéxicos e tendencias aos que se enfrontan as entidades financeiras.

Resultados da aprendizaxe		
Competencias de materia (Resultados de aprendizaxe)	Competencias da titulación	
Aprender el proceso de planificación estratégica en los mercados financieros	AP18	
	AP19	
Aprender a identificar oportunidades comerciais no sector bancario	AP20	
Desarrollar capacidades comerciales	AP24	

Contidos	
Temas	Subtemas
PARTE I: DIRECCION DE VENTAS Y RSC	Tema 1. DIRECCIÓN DE VENTAS Tema 2. CAPACIDADES COMERCIALES Tema 3. RSC
PARTE II: FUNDAMENTOS DE MARKETING Y MERCADOS FINANCIEROS	TEMA 4: Fundamentos del Marketing Estratégico y de Servicios y su aplicación a los mercados financieros
PARTE III: ANALISIS ESTRATEGICO Y MARKETING MIX EN MERCADOS FINANCIEROS	TEMA 5. El proceso de Planificación estratégica: Corporación y Negocios financieros. Oportunidades comerciales, segmentación y posicionamiento en los mercados financieros. TEMA 6. Mix Bancario

Planificación			
Metodoloxías / probas	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais



Presentación oral	2	2	4
Traballos tutelados	17.5	17.5	35
Proba de resposta múltiple	3	3	6
Atención personalizada	5	0	5

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Presentación oral	PRESENTACION DE LA ASIGNATURA Y DE LOS PRINCIPIALES BLOQUES DE CADA PARTE DE LA MATERIA
Traballos tutelados	CON CARACTER VOLUNTARIO UN GRUPO DE ALUMNOS DESARROLLARÁ UN TRABAJO SOBRE UNA ENTIDAD FINANCIERA EL TRABAJO CONSISTIRÁ EN DESARROLLAR LA PLANIFICACION Y ESTRATEGIAS DE MARKETING DE UNA ENTIDAD FINANCIERA.
Proba de resposta múltiple	SE HARA UN TEST DE RESPUESTA MULTIPLE EN LA QUE SOLO UNA RESPUESTA ES CORRECTA LAS RESPUESTAS MAL CONTESTADAS PENALIZAN UN TERCIO DEL VALOR DE LA PREGUNTA

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	EL TRABAJO TUTELADO CONSISTIRÁ EN DIRIGIR UN TRABAJO EN GRUPO, EL GRUPO SERA TUTORIZADO PARA DESARROLLAR LA PLANIFICACION Y LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DE UNA ENTIDAD FINANCIERA O CUALQUIER OTRO TEMA DE LA ASIGNATURA SE APOYARA CON TUTORIAS VIRTUALES SI EL ALUMNO LO PIDIESE

Avaliación		
Metodoloxías	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	SE ENTREGARA UN TRABAJO EN FORMATO POWERPOINT Y EL FICHERO WORD EXPLICATIVO. EL TRABAJO ES VOLUNTARIO. SI NO SE HACE, EL EXAMEN PONDERA EL 100%	40
Proba de resposta múltiple	SE HARA UN EXAMEN LIBERATORIO (FECHA A CONVENIR POR PARTE DEL GRUPO DE ALUMNOS Y EL PERSONAL DOCENTE). LAS PREGUNTAS SERAN DE RESPUESTA MULTIPLE EN LA QUE UNA SOLA ES CORRECTA Y/O PREGUNTAS A COMPLETAR. COMO YA SE HA INDICADO, EL EXAMEN PONDERARA 100% EN CASO DE NO HACER EL TRABAJO	60

Observacións avaliación

Fontes de información



Bibliografía básica	<ul style="list-style-type: none">- Castelló Muñoz, Enrique (2005). GESTIÓN COMERCIAL DE SERVICIOS FINANCIEROS. MADRID, ESIC- José María Barrutia Leganeta (2002). MARKETING BANCARIO EN LA ERA DE LA INFORMACIÓN. EDICIONES PIRÁMIDE- Pedro Embid Herraz, Miguel Martín Dávila, Victor Zorrilla Fernández (1998). MARKETING FINANCIERO. Mc Graw Hill- Arjan Sundardas Mirchandani (2005). MARKETING FINANCIERO. NUEVAS ESTRATEGIAS PARA EL S.XXI. Mc Graw Hill- Jose Ramón Sánchez Guzmán (1997). MARKETING FINANCIERO. PRINCIPIOS Y ESTRATEGIAS. EDITORIAL CIVITAS- Reggy de Feniks y Roger Peverelli (2011). REINVENTAR LOS SERVICIOS FINANCIEROS. Prentice Hall
Bibliografía complementaria	

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións

LA ASISTENCIA A LAS TUTORIAS DEL TRABAJO TUTELADO DURANTE EL CURSO

(*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías