



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|--|--------------------|--|-----------|
| Datos Identificativos | | | | 2016/17 |
| Asignatura (*) | Marketing financeiro | | Código | 611448016 |
| Titulación | | | | |
| Descritores | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos |
| Mestrado Oficial | 1º cuatrimestre | Primeiro | Obrigatoria | 2 |
| Idioma | Castelán | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | |
| 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 / Resultados do título | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Código | Competencias / Resultados do título |

| Resultados da aprendizaxe | | |
|--|-------------------------------------|---|
| Resultados de aprendizaxe | Competencias / Resultados do título | |
| Aprender el proceso de planificación estratégica en los mercados financieros | AP17 | BP4 |
| Aprender a identificar oportunidades comerciais no sector bancario | AP18 | BP11 BP24 BP25 BP26 |
| Desarrollar capacidades comerciales | | BP4 BP11 BP15 BP23 BP27 BP28 |

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

| Planificación |
|---------------|
|---------------|



| Metodoloxías / probas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas traballo autónomo | Horas totais |
|----------------------------|-------------------------------|---|-------------------------|--------------|
| Presentación oral | B11 B27 | 2 | 2 | 4 |
| Traballos tutelados | A17 A18 B4 B15 B23 B24 B28 | 7.5 | 7.5 | 15 |
| Sesión maxistral | B25 | 20 | 0 | 20 |
| Proba de resposta múltiple | B25 B26 | 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 DEL TRABAJO POR PARTE DEL GRUPO DE ALUMNOS |
| 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. |
| Sesión maxistral | PRESENTACION DE LA ASIGNATURA Y DE LOS PRINCIPIALES BLOQUES DE CADA PARTE DE LA MATERIA |
| 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 |
| Presentación oral 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 | Competencias / Resultados | Descrición | Cualificación |
| Presentación oral | B11 B27 | PRESENTACIÓN ORAL DO TRABALLO REALIZADO POLOGRUPO | 10 |
| Traballos tutelados | A17 A18 B4 B15 B23 B24 B28 | 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% | 30 |



| | | | |
|----------------------------|---------|---|----|
| Proba de resposta múltiple | B25 B26 | 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- Arjan Sundardas Mirchandani (2005). MARKETING FINANCIERO. NUEVAS ESTRATEGIAS PARA EL S.XXI. Mc Graw Hill- Pedro Embid Herraz, Miguel Martín Dávila, Victor Zorrilla Fernández (1998). MARKETING FINANCIERO. 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- Jaime Rivera Camino y Carlos Mas Hernández (2015). Marketing financiero. Estrategia y planes de acción para mercados complejos. MADRID, ESIC |
| 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