



Teaching Guide				
Identifying Data				2019/20
Subject (*)	Financial Marketing	Code	611448016	
Study programme	Mestrado Universitario en Banca e Finanzas			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Official Master's Degree	1st four-month period	First	Obligatory	2
Language	Spanish			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	EconomíaEmpresa			
Coordinador	Rey García, Marta	E-mail	marta.reyg@udc.es	
Lecturers	Blazquez Lozano, Felix Rey García, Marta	E-mail	felix.blazquez@udc.es marta.reyg@udc.es	
Web				
General description				

Study programme competences	
Code	Study programme competences
A17	Implementar un proceso de planificación estratéxica nos mercados financeiros
A18	Identificar oportunidades comerciais no sector bancario
B4	Habilidades informáticas.
B11	Curiosidade, habilidades de búsqueda e xestión da información.
B15	Explotación da información dispoñible para a planificación e a toma de decisións
B23	Coñecemento dos principais aspectos que abarca a actividade bancaria
B24	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a menudo nun contexto de investigación
B25	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornas novas ou pouco coñecidas dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo
B26	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
B27	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan a públicos especializados e non especializados dun modo claro e sen ambigüidades
B28	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que haberá de ser en grande medida autodirixido ou autónomo.

Learning outcomes		
Learning outcomes	Study programme competences	
Aprender a identificar oportunidades e ameazas comerciais no sector bancario	AJ17	BJ4
	AJ18	BJ11
Comprender o proceso de comercialización de servizos financeiros		BJ24
		BJ25
Comprender a relevancia da implantación do cumprimento normativo e a ética no sector financeiro		BJ26
		BJ27
		BJ28



Desenvolver competencias comerciais orientadas ao asesoramento financeiro e a venda personal de servizos financeiros	AJ17	BJ4
	AJ18	BJ11
Adquirir ferramentas básicas para a mellora da responsabilidade social e a sustentabilidade en entidades financeiras		BJ15
		BJ23
Habilidades para superar el examen de certificación EFA		BJ24
		BJ25
		BJ26
		BJ27
		BJ28

Contents	
Topic	Sub-topic
TEMA I: FUNDAMENTOS DE MARKETING ESTRATÉGICO EN EL SECTOR FINANCIERO: OPORTUNIDADES COMERCIALES, SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO	1. INTRODUCCIÓN: EVOLUCIÓN, CONCEPTO Y FINALIDAD 2. ORIENTACION AL MERCADO 3. SERVICIOS: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS Y MARCO DE CALIDAD 4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL SECTOR FINANCIERO 5. LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, SU APLICACIÓN AL SECTOR FINANCIERO 6. SEGMENTACIÓN DE MERCADOS FINANCIEROS 7. POSICIONAMIENTO DE LOS PRODUCTOS/SERVICIOS FINANCIEROS
TEMA II: Competencias comerciales: de la transaccionalidad a la venta personal de servicios de asesoramiento financiero	1. El nuevo paradigma del marketing financiero: transformación digital, nuevos competidores, omnicanalidad, experiencia de cliente 2. La venta personal de servicios de asesoramiento financiero: fases de la venta, estilos de venta personal y herramientas. Comunicación persuasiva y negociación
TEMA III: Ética, sostenibilidad y responsabilidad social corporativa (RSC) en el sector financiero	1. Conceptos básicos: sostenibilidad y dimensiones ASG (medioambiental, social y gobierno), RSC. Mapeo de grupos de interés y análisis de materialidad 2. Aplicaciones prácticas: finanzas sostenibles, banca ética, inversión socialmente responsable, educación financiera 3. Cumplimiento normativo. Normas deontológicas. Conflictos de interés.

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	A17 A18 B4 B23 B25	7	14	21
Supervised projects	A18 B11 B15 B23 B24 B25 B26 B27 B28	5	5	10
Oral presentation	A18 B11 B15 B24 B26 B27	2	2	4
Seminar	A18 B23 B28	4	4	8
Multiple-choice questions	B25 B26	1	1	2
Personalized attention		5	0	5

(*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description



Guest lecture / keynote speech	Exposición oral complementada con el uso de medios audiovisuales y la introducción de algunas preguntas dirigidas a los estudiantes, con la finalidad de transmitir conocimientos y facilitar el aprendizaje. La clase magistral es también conocida como ?conferencia?, ?método expositivo? o ?lección magistral?. Esta última modalidad se suele reservar a un tipo especial de lección impartida por un profesor en ocasiones especiales, con un contenido que supone una elaboración original y basada en el uso casi exclusivo de la palabra como vía de transmisión de la información a la audiencia.
Supervised projects	Desarrollo de un trabajo independiente por parte del alumno, bien individualmente o en grupo, sobre un caso real o cuestión práctica planteada por el profesor que lo irá tutelando. Podrá presentarse por escrito u oralmente.
Oral presentation	Intervención inherente a los procesos de enseñanza-aprendizaje basada en la exposición verbal a través de la que el alumnado y profesorado interactúan de un modo ordenado, planteando cuestiones, haciendo aclaraciones y exponiendo temas, trabajos, conceptos, hechos o principios de forma dinámica. Puede asociarse a discusiones dirigidas, presentación de trabajos tutelados o role play
Seminar	Participación en conferencias invitadas a cargo de profesionales del sector financiero, cuyos contenidos serán evaluables
Multiple-choice questions	Examen tipo test donde solo una respuesta es correcta y existe penalización para las respuestas incorrectas (penalización de un tercio del valor de la pregunta).

Personalized attention

Methodologies	Description
Oral presentation Supervised projects	Axudar o tratamento de problemas na preparación dos traballos tutelados e presentación oral, tanto no caso dos alumnos matriculados en réxime de dedicación a tempo completo como no caso de alumnos con recoñecemento de dedicación a tempo parcial.

Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Seminar	A18 B23 B28	La participación en las conferencias que se puedan organizar será obligatoria en la medida en que tanto la asistencia como los contenidos de las mismas son evaluables	0
Oral presentation	A18 B11 B15 B24 B26 B27	La calificación obtenida en los trabajos de equipo será la misma para todos los miembros del grupo, con independencia del formato de presentación (oral y/o escrito)	0
Supervised projects	A18 B11 B15 B23 B24 B25 B26 B27 B28	La evaluación continua ponderará 40% y será una combinación de la participación en trabajos tutelados, presentaciones orales, seminarios y asistencia a todas las sesiones, ya sean teóricas o prácticas La mera asistencia a las sesiones, sin participación en el resto de metodologías evaluables (trabajos tutelados, presentaciones orales, seminarios), no podrá ponderar más de un 10% del total de la calificación.	40
Multiple-choice questions	B25 B26	SE HARA UN EXAMEN. LAS PREGUNTAS SERAN DE RESPUESTA MULTIPLE EN LA QUE UNA SOLA ES CORRECTA. LAS RESPUESTAS INCORRECTAS PENALIZAN. EL EXAMEN PONDERARÁ 60% Y SERÁ NECESARIO APROBARLO (OBTENER AL MENOS UN CINCO EN UNA ESCALA DE 0 A 10) PARA APROBAR LA ASIGNATURA	60

Assessment comments



Os alumnos que suspendan a proba de resposta múltiple (examen) figurarán en actas coa calificación obtida no mesmo. Con respecto á calificación de non presentado e seguindo a normativa aprobada pola Xunta de Facultade, só serán cualificados con Non Presentados as persoas que unicamente se presentaron a actividades que en conxunto supoñan menos do 20% da nota final. Os alumnos que liberen unha parte da materia mediante unha proba mixta (parcial), só terá validez para o curso actual. Se un alumno que ten liberada unha parte non consegue aprobar a materia no seu conxunto na primeira e na segunda oportunidade, a súa cualificación final será suspenso, e terá que repetir toda a materia nos seguintes cursos académicos. Os alumnos que o desexen poderán presentarse a subir nota no exame final da materia, previa notificación ao profesor e autorización por parte deste. Se houberse un alumno que queira presentarse á convocatoria adiantada de decembro, para superar esta materia aplicaráselle os mesmos criterios que na segunda oportunidade. Neste caso, é dun 60% no exame e 40% da puntuación obtida no proxecto práctico en equipo. Seguindo a normativa aprobada pola Xunta do Centro, está prohibido acceder á aula na que se desenvolvan as distintas probas de avaliación con calquera dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou almacenamento de información (teléfonos e outros dispositivos móbiles, smartphones, etc.). Estes criterios de avaliación son os mesmos para os alumnos matriculados en réxime de dedicación a tempo completo como non caso de alumnos con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica. Neste caso, a ponderación é dun 60% para a calificación obtida no exame e aun 40% para a puntuación obtida na avaliación continua.

Sources of information

<p>Basic</p>	<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 - Foretica (). Sostenibilidad para financieros, RSEARCH nº 4, Forética. - Fundación Compromiso Empresarial (2015). Radiografía CE nº 1 Octubre 2015: Los desafíos de la banca responsable, pp. 10-18.. - CNMV (2015). Código Unificado de Buen Gobierno Corporativo . - LAREKI GARMENDIA, Félix (2007). 55 respuestas a preguntas clave en ventas. Lo que debe saber el líder de un equipo comercial. Lo que necesita conocer su equipo de ventas. . ESIC Editorial, Madrid. - CHIESA DI NEGRI, Cosimo (2007). Vender es mucho más. Secretos de la fidelización en la venta. . Ediciones Urano (Empresa Activa), Barcelona - Comité de Basilea de Supervisión Bancaria (2005). El cumplimiento y la función de cumplimiento en los bancos. - European Parliament and Council (2015). Directive (EU) 2015/2366 on payment services in the internal market. <p>La bibliografía básica y complementaria se indicará en moodle (artículos, capítulos, informes, casos, materiales de soporte audiovisual, etc.)</p>
<p>Complementary</p>	<p>- (). .</p>

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus



Other comments

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.