



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|---|--------------------|--|----------|
| Datos Identificativos | | | | 2022/23 |
| 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 | Castelán | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | EconomíaEmpresa | | | |
| Coordinación | Rey García, Marta | Correo electrónico | marta.reyg@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 |
| 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. |

| Resultados da aprendizaxe | | |
|---|-------------------------------------|------|
| Resultados de aprendizaxe | Competencias / Resultados do título | |
| Aprender a identificar oportunidades e ameazas comerciais no sector bancario | AP17 | BP4 |
| | AP18 | BP11 |
| Comprender o proceso de comercialización de servizos financeiros | | BP24 |
| | | BP25 |
| Comprender a relevancia da implantación do cumprimento normativo e a ética no sector financeiro | | BP26 |
| | | BP27 |
| | | BP28 |



| | | |
|--|------|------|
| Desenvolver competencias comerciais orientadas ao asesoramento financeiro e a venda personal de servizos financeiros | AP17 | BP4 |
| Adquirir ferramentas básicas para a mellora da responsabilidade social e a sustentabilidade en entidades financeiras | AP18 | BP11 |
| Habilidades para superar el examen de certificación EFA | | BP15 |
| | | BP23 |
| | | BP24 |
| | | BP25 |
| | | BP26 |
| | | BP27 |
| | | BP28 |

| Contidos | |
|---|--|
| Temas | Subtemas |
| TEMA I: Ética, sostenibilidad y responsabilidad social corporativa (RSC) en el sector financiero | 1. Conceptos y herramientas básicas: sostenibilidad y dimensiones ASG (medioambiental, social y gobierno), RSC. Mapeo de grupos de interés y análisis de materialidad 2. Aplicaciones prácticas en finanzas sostenibles: banca ética y sostenible, inversión (socialmente) responsable, educación financiera 3. Entorno normativo. Normas deontológicas. Conflictos de interés. |
| 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: 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 |

| Planificación | | | | |
|----------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------|--------------|
| Metodoloxías / probas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas traballo autónomo | Horas totais |
| Sesión maxistral | A17 A18 B4 B23 B25 | 7 | 14 | 21 |
| Traballos tutelados | A18 B11 B15 B23 B24 B25 B26 B27 B28 | 5 | 5 | 10 |
| Presentación oral | A18 B11 B15 B24 B26 B27 | 2 | 2 | 4 |
| Seminario | A18 B23 B28 | 4 | 4 | 8 |
| Proba de resposta múltiple | B25 B26 | 1 | 1 | 2 |
| 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 |
| | |



| | |
|----------------------------|--|
| Sesión maxistral | 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. |
| Traballos tutelados | 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. |
| Presentación oral | 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 |
| Seminario | Participación en conferencias invitadas a cargo de profesionales del sector financiero, cuyos contenidos serán evaluables |
| Proba de resposta múltiple | 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). |

Atención personalizada

| Metodoloxías | Descrición |
|--|---|
| Presentación oral Traballos tutelados | 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. |

Avaliación

| Metodoloxías | Competencias / Resultados | Descrición | Cualificación |
|----------------------------|---|---|---------------|
| Seminario | A18 B23 B28 | A participación nas conferencias e/ou seminarios que se poidan organizar será obligatoria na medida en que tanto a asistencia como os contidos dos mesmos son avaliados. | 0 |
| Presentación oral | A18 B11 B15 B24 B26 B27 | A calificación obtida nos traballos de equipo será a mesma para todos os membros do grupo que participen na presentación, con independencia do formato de presentación (oral e/ou escrito; presencial/virtual). | 0 |
| Traballos tutelados | A18 B11 B15 B23 B24 B25 B26 B27 B28 | A avaliación continua ponderará 40% e será unha combinación da participación en traballos tutelados individuais ou de equipo, discusións na aula ou presentacións orais, e asistencia a tódalas sesións, xa sexan teóricas ou prácticas, incluídos seminarios ou conferencias. A mera asistencia ás sesións, sin participación no resto de metodoloxías avaliadas (traballos tutelados, presentacións orais, seminarios), non poderá ponderar máis dun 10% do total da calificación. | 40 |
| Proba de resposta múltiple | B25 B26 | Realizaráse un examen tipo test, que poderá ser administrado vía Campus Virtual na aula, onde solo unha opción é correcta. As respostas incorrectas penalizan un tercio do valor das correctas. É estritamente necesario aprobar o examen (esto é, obter unha calificación igual ou superior a 5,00 nunha escala de 0-10) para aprobar a materia. | 60 |

Observacións avaliación



A) NORMATIVA DE AVALIACIÓN

1. Condicións de avaliación:

está prohibido o acceso ás aulas de examen con calquer dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou almacenamento de datos (teléfonos móbiles, reloxos intelixentes, etc.).

2. Identificación do

estudante: o estudante ten que acreditar a súa identidade de acordo á normativa vixente.

B) TIPOS DE CALIFICACIÓN

1. CALIFICACIÓN DE NON PRESENTADO

Corresponde ó alumnado cando solo participe en actividades de avaliación que teñan unha ponderación inferior ó 20% sobre a cualificación final, con independencia da cualificación alcanzada.

2. ESTUDANTES CON RECOÑECEMENTO DE DEDICACIÓN A TEMPO PARCIAL E DISPENSA ACADÉMICA DE EXENCIÓN DE ASISTENCIA

Para os estudantes matriculados a tempo parcial e con dispensa académica de exención de asistencia a proba de resposta múltiple suporá o 100 % da cualificación final.

C. OPORTUNIDADES DE AVALIACIÓN

1. PRIMEIRA E SEGUNDA OPORTUNIDADE

Os criterios de avaliación aplicaránse tanto á primeira como á segunda oportunidade, incluídos estudantes Erasmus e de intercambio.

2. CONVOCATORIA ADIANTADA

As condicións de avaliación da oportunidade adiantada (art. 19 das Normas de Avaliación, Revisión e Reclamacións das Cualificacións dos Estudos de Grao e Mestrado Universitario) serán específicas para esta oportunidade. Esta será avaliada por medio dunha proba de resposta múltiple que suporá o 100 % da cualificación final.

D. OUTRAS OBSERVACIÓNS DE AVALIACIÓN

Os estudantes que suspendan a proba de resposta múltiple recibirán a cualificación do examen como



cualificación final en todas as oportunidades.

As calificacións obtidas polos estudantes na avaliación continua (40% da calificación final) serán válidas solo durante o curso académico en cuestión.

A realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación implicará directamente a cualificación de suspenso '0' na materia na convocatoria correspondente, invalidando así calquera cualificación obtida en todas as actividades de avaliación de cara a convocatoria extraordinaria.

```
@font-face
{font-family:"Cambria Math";
panose-1:2 4 5 3 5 4 6 3 2 4;
mso-font-charset:0;
mso-generic-font-family:roman;
mso-font-pitch:variable;
mso-font-signature:3 0 0 0 1 0;}p.MsoNormal, li.MsoNormal, div.MsoNormal
{mso-style-unhide:no;
mso-style-qformat:yes;
mso-style-parent:"";
margin:0cm;
mso-pagination:widow-orphan;
font-size:12.0pt;
font-family:"Times New Roman",serif;
mso-fareast-font-family:"Times New Roman";}.MsoChpDefault
{mso-style-type:export-only;
mso-default-props:yes;
font-family:"Calibri",sans-serif;
mso-ascii-font-family:Calibri;
mso-ascii-theme-font:minor-latin;
mso-fareast-font-family:Calibri;
mso-fareast-theme-font:minor-latin;
mso-hansi-font-family:Calibri;
mso-hansi-theme-font:minor-latin;
mso-bidi-font-family:"Times New Roman";
mso-bidi-theme-font:minor-bidi;
mso-fareast-language:EN-US;}div.WordSection1
{page:WordSection1;}
```



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 <p>A bibliografía básica e complementaria actualizada se indicará en Campus Virtual (artigos, capítulos, informes, casos, materiais de soporte audiovisual, etc.)</p> |
| Bibliografía complementaria | - (). . |

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións

(*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