



Guía Docente				
Datos Identificativos				2023/24
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	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

Resultados da aprendizaxe		
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título	
Aprender a identificar oportunidades e ameazas comerciais no sector bancario	AP17	BP4
Comprender o proceso de comercialización de servizos financeiros	AP18	BP11 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 BP15 BP23 BP24 BP25 BP26 BP27 BP28
Habilidades para superar el examen de certificación EFA		

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	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El nuevo paradigma del marketing financiero: transformación digital, nuevos competidores, omnicanalidad, experiencia de cliente</li> <li>2. La venta personal de servicios de asesoramiento financiero: fases de la venta, estilos de venta personal y herramientas. Comunicación persuasiva y negociación</li> </ol>
TEMA III: FUNDAMENTOS DE MARKETING ESTRATÉGICO EN EL SECTOR FINANCIERO: OPORTUNIDADES COMERCIALES, SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. INTRODUCCIÓN: EVOLUCIÓN, CONCEPTO Y FINALIDAD</li> <li>2. ORIENTACION AL MERCADO</li> <li>3. SERVICIOS: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS Y MARCO DE CALIDAD</li> <li>4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL SECTOR FINANCIERO</li> <li>5. LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, SU APLICACIÓN AL SECTOR FINANCIERO</li> <li>6. SEGMENTACIÓN DE MERCADOS FINANCIEROS</li> <li>7. POSICIONAMIENTO DE LOS PRODUCTOS/SERVICIOS FINANCIEROS</li> </ol>

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	7	14	21
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 al estudiantado, con la finalidad de transmitir conocimientos y facilitar el aprendizaje.
Traballos tutelados	Desarrollo de un trabajo independiente por parte del alumnado, bien individualmente o en grupo, sobre un caso real o cuestión práctica planteada por el profesorado que lo irá tutelando. Podrá presentarse por escrito u oralmente.
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
Traballos tutelados	Axudar o tratamento de problemas na preparación dos traballos tutelados e presentación oral, tanto no caso do alumnado matriculados en réxime de dedicación a tempo completo como no caso de alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación



Traballos tutelados	A18 B11 B15 B23 B24 B25 B26 B27 B28	<p>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.</p> <p>A calificación obtida nos traballos de equipo será a mesma para todas as persoas do grupo que participen na presentación, con independencia do formato de presentación (oral e/ou escrito; presencial/virtual).</p> <p>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 avaliábeis.</p> <p>A mera asistencia ás sesións, sin participación no resto de metodoloxías avaliábeis (traballos tutelados, presentacións orais, seminarios), non poderá ponderar máis dun 10% do total da calificación.</p>	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 estrictamente 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

estudantado: o estudantado 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. ESTUDANTADO CON RECOÑECEMENTO DE DEDICACIÓN A TEMPO PARCIAL E DISPENSA ACADÉMICA DE EXENCIÓN DE ASISTENCIA

Para o estudantado matriculado 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 estudantado 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

O estudantado que suspendan a proba de resposta múltiple recibirá 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, unha vez comprobada, implicará directamente a calificación de suspenso "0" na convocatoria na que se cometa: corresponderá unha calificación de "suspenso" (nota numérica 0) na convocatoria correspondente do curso académico, tanto se a comisión da falta se produce en primeira oportunidade como na segunda. Para isto, procederáse a modificar a calificación na acta de primeira oportunidade, se fose necesario.

@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

<b>Bibliografía básica</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Castelló Muñoz, Enrique (2005). GESTIÓN COMERCIAL DE SERVICIOS FINANCIEROS. MADRID, ESIC</li><li>- José María Barrutia Leganeta (2002). MARKETING BANCARIO EN LA ERA DE LA INFORMACIÓN. EDICIONES PIRÁMIDE</li><li>- Arjan Sundardas Mirchandani (2005). MARKETING FINANCIERO. NUEVAS ESTRATEGIAS PARA EL S.XXI. Mc Graw Hill</li><li>- Pedro Embid Herraz, Miguel Martín Dávila, Victor Zorrilla Fernández (1998). MARKETING FINANCIERO. Mc Graw Hill</li><li>- Jose Ramón Sánchez Guzmán (1997). MARKETING FINANCIERO. PRINCIPIOS Y ESTRATEGIAS. EDITORIAL CIVITAS</li><li>- Reggy de Feniks y Roger Peverelli (2011). REINVENTAR LOS SERVICIOS FINANCIEROS. Prentice Hall</li><li>- Jaime Rivera Camino y Carlos Mas Hernández (2015). Marketing financiero. Estrategia y planes de acción para mercados complejos. MADRID, ESIC</li></ul> <p>A bibliografía básica e complementaria actualizada se indicará en Campus Virtual (artigos, capítulos, informes, casos, materiais de soporte audiovisual, etc.)</p>
<b>Bibliografía complementaria</b>	- (. .

## Recomendacións

**Materias que se recomenda ter cursado previamente**

**Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

**Materias que continúan o temario**

**Observacións**



-Segundo se recolle nas distintas normativas de aplicación para a docencia universitaria deberase incorporar a perspectiva de xénero nesta materia (usarase linguaxe non sexista, utilizarase bibliografía de autores/as de ambos sexos, propiciarse a intervención en clase de alumnos e alumnas...)-Traballárase para identificar e modificar prexuízos e actitudes sexistas e influírse na contorna para modificalos e fomentar valores de respecto e igualdade.-Deberanse detectar situacións de discriminación por razón de xénero e proporanse acción e medidas para corrixilas.

```
@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;}@font-face
{font-family:Calibri;
panose-1:2 15 5 2 2 2 4 3 2 4;
mso-font-charset:0;
mso-generic-font-family:swiss;
mso-font-pitch:variable;
mso-font-signature:-536859905 -1073732485 9 0 511 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:"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-font-kerning:1.0pt;
mso-ligatures:standardcontextual;
mso-fareast-language:EN-US;}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;}
```



(\*)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