



Guia docente				
Datos Identificativos				2015/16
Asignatura (*)	Marketing financiero		Código	611448016
Titulación	Mestrado Universitario en Banca e Finanzas			
Descriptores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Primero	Obligatoria	2
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Análise Económica e Administración de Empresas			
Coordinador/a	Blazquez Lozano, Felix	Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es	
Profesorado	Blazquez Lozano, Felix	Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es	
	Rey García, Marta		marta.reyg@udc.es	
Web				
Descripción general				

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A17	Implementar un proceso de planificación estratégica en los mercados financieros
A18	Identificar oportunidades comerciales en el sector bancario
B4	Habilidades informáticas.
B11	Curiosidad, habilidades de búsqueda y gestión de la información.
B15	Explotación de la información disponible para la planificación y la toma de decisiones
B23	Conocimiento de los principales aspectos que abarca la actividad bancaria
B24	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
B25	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
B26	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
B27	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
B28	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje		Competencias del título	
Aprender el proceso de planificación estratégica en los mercados financieros		AP17	BP4
Aprender a identificar oportunidades comerciales no sector bancario		AP18	BP11
			BP24
			BP25
			BP26



Desarrollar capacidades comerciales		BP4 BP11 BP15 BP23 BP27 BP28	
-------------------------------------	--	---	--

Contenidos	
Tema	Subtema
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				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Presentación oral	B11 B27	2	2	4
Trabajos tutelados	A17 A18 B4 B15 B23 B24 B28	7.5	7.5	15
Sesión magistral	B25	20	0	20
Prueba de respuesta múltiple	B25 B26	3	3	6
Atención personalizada		5	0	5
(*) Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	Descripción
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.
Trabajos tutelados	Desarrollo de un trabajo independiente por parte del alumno sobre una empresa planteado por el mismo con el acuerdo del profesor que lo irá tutelando.
Sesión magistral	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.
Prueba de respuesta múltiple	Prueba de respuesta múltiple Test de respuesta multiple individual: 20 preguntas tipo test, con penalización para las respuestas incorrectas (penalización de un tercio del valor de la pregunta).

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción



Presentación oral	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
Trabajos tutelados	SE APOYARA CON TUTORIAS VIRTUALES SI EL ALUMNO LO PIDIESE

Evaluación			
Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
Presentación oral	B11 B27	Presentación oral del trabajo realizado por el grupo	10
Trabajos 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
Prueba de respuesta 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

Observaciones evaluación

Fuentes de información	
Básica	- 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
Complementaria	

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Asignaturas que continúan el temario



Otros comentarios

LA ASISTENCIA A LAS TUTORIAS DEL TRABAJO TUTELADO DURANTE EL CURSO

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías