| Guia docente | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Datos Identificativos | | | | | 2018/19 |
| 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 | EconomíaEmpresa | | | | |
| Coordinador/a | Rey García, Marta | | Correo electrónico | marta.reyg@udc.es | |
| Profesorado | Blazquez Lozano, Felix<br>Rey García, Marta | | Correo electrónico | felix.blazquez@udc.es<br>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 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<br><br>Adquirir ferramentas básicas para a mellora da responsabilidade social e a sustentabilidade en entidades financeiras<br><br>Habilidades para superar el examen de certificación EFA | AP17<br>AP18 | BP4<br>BP11<br>BP15<br>BP23<br>BP24<br>BP25<br>BP26<br>BP27<br>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 Planificacion estrategica: Corporación y Negocios financieros. Oportunidades comerciales, segmentación y posicionamiento en los mercados financieros.<br><br>TEMA 3. Mix Bancario |
| PARTE III: DIRECCION DE VENTAS Y RSC | Tema 4. RSC<br>Tema 5. Dirección de ventas |

| Planificación | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Metodologías / pruebas** | **Competéncias** | **Horas presenciales** | **Horas no presenciales / trabajo autónomo** | **Horas totales** |
| Sesión magistral | A17 A18 B4 B23 B25 | 6 | 0 | 6 |
| Trabajos tutelados | A18 B11 B15 B23 B24 B25 B26 B27 B28 | 5 | 5 | 10 |
| Presentación oral | A18 B11 B15 B24 B26 B27 | 2 | 2 | 4 |
| Prueba de respuesta múltiple | B25 B26 | 1 | 1 | 2 |
| 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** |
| 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.<br>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. |
| 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. |
| 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. |

| | |
|---|---|
| Prueba de respuesta múltiple | Prueba de respuesta múltiple Test de respuesta multiple individual: 20 preguntas tipo test, con penalización para las respuestas incorrectas (penalizacion de un tercio del valor de la pregunta). |

| Atención personalizada | |
|---|---|
| **Metodologías** | **Descripción** |
| Presentación oral<br>Trabajos 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. |

| Evaluación | | | |
|---|---|---|---|
| **Metodologías** | **Competéncias** | **Descripción** | **Calificación** |
| Presentación oral | A18 B11 B15 B24 B26 B27 | Presentación oral del trabajo realizado por el grupo | 10 |
| Trabajos tutelados | A18 B11 B15 B23 B24 B25 B26 B27 B28 | PARTICIPACIÓN ORAL OU ESCRITA EN OBRADOIROS E ROLE PLAY NA AULA OU ASISTENCIA A CONFERENCIAS INVITADAS | 20 |
| Prueba de respuesta múltiple | B25 B26 | SE HARA UN EXAMEN. LAS PREGUNTAS SERAN DE RESPUESTA MULTIPLE EN LA QUE UNA SOLA ES CORRECTA. LAS RESPUESTAS INCORRECTAS PENALIZAN.<br>EL EXAMEN PONDERARÁ 70% Y SERÁ NECESARIO APROBARLO (OBTENER AL MENOS UN CINCO EN UNA ESCALA DE 0 A 10) PARA APROBAR LA ASIGNATURA | 70 |

| Observaciones evaluación |
|---|
| Aplícanse os mesmos criterios de avaliación na primeira e segunda oportunidades. 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. |

| Fuentes de información |
|---|

| | |
|---|---|
| **Básica** | - Castelló Muñoz, Enrique (2005). GESTIÓN COMERCIAL DE SERVICIOS FINANCIEROS. MADRID, ESIC<br>- José María Barrutia Leganeta (2002). MARKETING BANCARIO EN LA ERA DE LA INFORMACIÓN. EDICIONES PIRÁMIDE<br>- Arjan Sundardas Mirchandani (2005). MARKETING FINANCIERO. NUEVAS ESTRATEGIAS PARA EL S.XXI. Mc Graw Hill<br>- Pedro Embid Herraz, Miguel Martín Dávila, Victor Zorrilla Fernández (1998). MARKETING FINANCIERO. Mc Graw Hill<br>- Jose Ramón Sánchez Guzmán (1997). MARKETING FINANCIERO. PRINCIPIOS Y ESTRATEGIAS. EDITORIAL CIVITAS<br>- Reggy de Feniks y Roger Peverelli (2011). REINVENTAR LOS SERVICIOS FINANCIEROS. Prentice Hall<br>- Jaime Rivera Camino y Carlos Mas Hernández (2015). Marketing financiero. Estrategia y planes de acción para mercados complejos. MADRID, ESIC<br>- Foretica (). Sostenibilidad para financieros, RSEARCH nº 4, Forética.<br>- Fundación Compromiso Empresarial (2015). Radiografía CE nº 1 Octubre 2015: Los desafíos de la banca responsable, pp. 10-18..<br>- CNMV (2015). Código Unificado de Buen Gobierno Corporativo .<br>- 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.<br>- CHIESA DI NEGRI, Cosimo (2007). Vender es mucho más. Secretos de la fidelización en la venta. . Ediciones Urano (Empresa Activa), Barcelona<br>- Comité de Basilea de Supervisión Bancaria (2005). El cumplimiento y la función de cumplimiento en los bancos.<br>- European Parliament and Council (2015). Directive (EU) 2015/2366 on payment services in the internal market. |
| **Complementária** | - (). . |

| **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**