



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2018/19
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 AJ18	BJ4 BJ11 BJ15 BJ23 BJ24 BJ25 BJ26 BJ27 BJ28
Adquirir ferramentas básicas para a mellora da responsabilidade social e a sustentabilidade en entidades financeiras		
Habilidades para superar el examen de certificación EFA		

Contents	
Topic	Sub-topic
PARTE I: FUNDAMENTOS DE MARKETING FINANCIERO: COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS	TEMA 1: Fundamentos del Marketing Estratégico y de Servicios en el sector financiero: oportunidades comerciales, segmentación y posicionamiento. Mix Bancario
PARTE II: Competencias comerciales en banca: de la transaccionalidad a la venta personal de servicios de asesoramiento financiero	TEMA 2. El nuevo paradigma del marketing financiero: nuevos competidores, omnicanalidad, experiencia de cliente TEMA 3. La venta personal de servicios de asesoramiento financiero con soporte tecnológico: fases de la venta y estilos de venta personal. Comunicación persuasiva y negociación
PARTE III: Aplicaciones de RSC y sostenibilidad al sector financiero	Tema 4. Conceptos básicos: RSC, sostenibilidad, banca ética, inversión socialmente responsable, educación financiera Tema 5. Mapeo de grupos de interés y análisis de materialidad

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	A17 A18 B4 B23 B25	6	0	6
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
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	PRESENTACION DE LA ASIGNATURA Y DE LOS CONTENIDOS TEÓRICOS DE CADA UNO DE SUS SUBTEMAS, QUE PODRÁ SER COMPLEMENTADA O IMPARTIDA A TRAVÉS DE CONFERENCIAS INVITADAS
Supervised projects	LOS ALUMNOS PARTICIPARÁN EN TALLERES Y ROLE PLAY EN EL AULA O EN CONFERENCIAS INVITADAS QUE PUEDEN REQUERIR TRABAJO AUTÓNOMO PREVIO O POSTERIOR FUERA DEL AULA
Oral presentation	PRESENTACION DE TRABAJOS POR PARTE DE GRUPOS DE ALUMNOS VINCULADOS A LOS TALLERES QUE SE REALIZARÁN
Multiple-choice questions	SE HARA UN TEST DE RESPUESTA MULTIPLE EN LA QUE SOLO UNA RESPUESTA ES CORRECTA LAS RESPUESTAS MAL CONTESTADAS PENALIZAN 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
Oral presentation	A18 B11 B15 B24 B26 B27	PRESENTACIÓN ORAL DO TRABALLO REALIZADO POLO GRUPO EN RELACIÓN A CONTIDOS DE OBRADOIROS	10
Supervised projects	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
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 70% Y SERÁ NECESARIO APROBARLO (OBTENER AL MENOS UN CINCO EN UNA ESCALA DE 0 A 10) PARA APROBAR LA ASIGNATURA	70

Assessment comments

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.
--

Sources of information



Basic	- 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.
Complementary	- (). .

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

LA ASISTENCIA A LAS TUTORIAS DEL TRABAJO TUTELADO DURANTE EL CURSO

(*)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.