



Guía Docente				
Datos Identificativos				2018/19
Asignatura (*)	Marketing financeiro		Código	611448016
Titulación	Mestrado Universitario en Banca e Finanzas			
Descriptor				
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		Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es
	Rey García, Marta			
Web				
Descrición xeral				

Competencias do título	
Código	Competencias 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 do título	
Aprender a identificar oportunidades e ameazas comerciais no sector bancario		AP17	BP4
Comprender o proceso de comercialización de servizos financeiros		AP18	BP11
Comprender a relevancia da implantación do cumprimento normativo e a ética no sector financeiro			BP24
			BP25
			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
PARTE I: FUNDAMENTOS DE MARKETING FINANCIERO: COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS	TEMA 1: Fundamentos del Marketing Estratégico y de Servicios en el sector financieros: 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

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A17 A18 B4 B23 B25	6	0	6
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
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	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
Traballos tutelados	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
Presentación oral	PRESENTACION DE TRABAJOS POR PARTE DE GRUPOS DE ALUMNOS VINCULADOS A LOS TALLERES QUE SE REALIZARÁN
Proba de resposta múltiple	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



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	Descrición	Cualificación
Presentación oral	A18 B11 B15 B24 B26 B27	PRESENTACIÓN ORAL DO TRABALLO REALIZADO POLO GRUPO EN RELACIÓN A CONTIDOS DE OBRADOIROS	10
Traballos 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
Proba de resposta múltiple	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

Observacións avaliación

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.

Fontes de información



Bibliografía 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 - 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.
Bibliografía complementaria	- (). .

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións

LA ASISTENCIA A LAS TUTORIAS DEL TRABAJO TUTELADO DURANTE EL CURSO

(*)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