



Guía docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Marketing financiero	Código	611448016	
Titulación	Mestrado Universitario en Banca e Finanzas			
Descriptorios				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Primero	Obligatoria	2
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Economía Empresa			
Coordinador/a	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				
Descripción general				

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados 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 / Resultados 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	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

Contenidos	
Tema	Subtema
TEMA I: FUNDAMENTOS DE MARKETING ESTRATÉGICO EN EL SECTOR FINANCIERO: OPORTUNIDADES COMERCIALES, SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO	1. INTRODUCCIÓN: EVOLUCIÓN, CONCEPTO Y FINALIDAD 2. ORIENTACION AL MERCADO 3. SERVICIOS: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS Y MARCO DE CALIDAD 4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL SECTOR FINANCIERO 5. LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, SU APLICACIÓN AL SECTOR FINANCIERO 6. SEGMENTACIÓN DE MERCADOS FINANCIEROS 7. POSICIONAMIENTO DE LOS PRODUCTOS/SERVICIOS FINANCIEROS
TEMA II: Competencias comerciales: de la transaccionalidad a la venta personal de servicios de asesoramiento financiero	1. El nuevo paradigma del marketing financiero: transformación digital, nuevos competidores, omnicanalidad, experiencia de cliente 2. La venta personal de servicios de asesoramiento financiero: fases de la venta, estilos de venta personal y herramientas. Comunicación persuasiva y negociación
TEMA III: Ética, sostenibilidad y responsabilidad social corporativa (RSC) en el sector financiero	1. Conceptos básicos: sostenibilidad y dimensiones ASG (medioambiental, social y gobierno), RSC. Mapeo de grupos de interés y análisis de materialidad 2. Aplicaciones prácticas: finanzas sostenibles, banca ética, inversión socialmente responsable, educación financiera 3. Cumplimiento normativo. Normas deontológicas. Conflictos de interés.

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Sesión magistral	A17 A18 B4 B23 B25	7	14	21
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
Seminario	A18 B23 B28	4	4	8
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. 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, bien individualmente o en grupo, sobre un caso real o cuestión práctica planteada por el profesor que lo irá tutelando. Podrá presentarse por escrito u oralmente.
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. Puede asociarse a discusiones dirigidas, presentación de trabajos tutelados o role play
Seminario	Participación en conferencias invitadas a cargo de profesionales del sector financiero, cuyos contenidos serán evaluables
Prueba de respuesta 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

Metodologías	Descripción
Presentación oral 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	Competencias / Resultados	Descripción	Calificación
Seminario	A18 B23 B28	La participación en las conferencias que se puedan organizar será obligatoria en la medida en que tanto la asistencia como los contenidos de las mismas son evaluables	0
Presentación oral	A18 B11 B15 B24 B26 B27	La calificación obtenida en los trabajos de equipo será la misma para todos los miembros del grupo, con independencia del formato de presentación (oral y/o escrito)	0
Trabajos tutelados	A18 B11 B15 B23 B24 B25 B26 B27 B28	La evaluación continua ponderará 40% y será una combinación de la participación en trabajos tutelados, presentaciones orales, seminarios y asistencia a todas las sesiones, ya sean teóricas o prácticas La mera asistencia a las sesiones, sin participación en el resto de metodologías evaluables (trabajos tutelados, presentaciones orales, seminarios), no podrá ponderar más de un 10% del total de la calificación.	40
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. EL EXAMEN PONDERARÁ 60% Y SERÁ NECESARIO APROBARLO (OBTENER AL MENOS UN CINCO EN UNA ESCALA DE 0 A 10) PARA APROBAR LA ASIGNATURA	60

Observaciones evaluación



Os alumnos que suspendan a proba de resposta múltiple (examen) figurarán en actas coa calificación obtida no mesmo. Con respecto á calificación de non presentado e seguindo a normativa aprobada pola Xunta de Facultade, só serán cualificados con Non Presentados as persoas que unicamente se presentaron a actividades que en conxunto supoñan menos do 20% da nota final. Os alumnos que liberen unha parte da materia mediante unha proba mixta (parcial), só terá validez para o curso actual. Se un alumno que ten liberada unha parte non consegue aprobar a materia no seu conxunto na primeira e na segunda oportunidade, a súa calificación final será suspenso, e terá que repetir toda a materia nos seguintes cursos académicos. Os alumnos que o desexen poderán presentarse a subir nota no exame final da materia, previa notificación ao profesor e autorización por parte deste. Se houberse un alumno que queira presentarse á convocatoria adiantada de decembro, para superar esta materia aplicaráselle os mesmos criterios que na segunda oportunidade. Neste caso, é dun 60% no exame e 40% da puntuación obtida no proxecto práctico en equipo. Seguindo a normativa aprobada pola Xunta do Centro, está prohibido acceder á aula na que se desenvolvan as distintas probas de avaliación con calquera dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou almacenamento de información (teléfonos e outros dispositivos móbiles, smartphones, etc.). 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 e dispensa académica. Neste caso, a ponderación é dun 60% para a calificación obtida no exame e aun 40% para a puntuación obtida na avaliación continua.

Fuentes de información

Básica	<ul style="list-style-type: none">- 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. <p>La bibliografía básica y complementaria se indicará en moodle (artículos, capítulos, informes, casos, materiales de soporte audiovisual, etc.)</p>
Complementaria	<ul style="list-style-type: none">- (). .

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Asignaturas que continúan el temario



Otros comentarios

(*) 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