



Teaching Guide				
Identifying Data			2020/21	
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	E-mail	felix.blazquez@udc.es	
	Rey García, Marta		marta.reyg@udc.es	
Web				
General description				



Contingency plan	1. Modificacións en los contenidos No se realizarán cambios 2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se mantieñen ? Sesión magistral (se realizará de forma virtual, preferiblemente a través de Teams) ? Presentación oral (se realizará de forma virtual, preferiblemente a través de Teams) ? Traballos tutelados (se realizará de forma virtual, preferiblemente a través de Moodle ou Teams) ? Prueba de resposta múltiple (se realizará de forma virtual, preferiblemente a través de Moodle) ? Atención personalizada (se realizará de forma virtual, preferiblemente a través de Teams) *Metodoloxías docentes que se modifican ? Se elimina el requisito de asistencia ? Seminario: en caso de no realizarse la evaluación de estos conocimientos se incorpora a la metodología de los ?Traballos tutelados?. 3. Mecanismos de atención personalizada al alumnado ? Correo electrónico: De uso para hacer consultas, solicitar encuentros virtuales para resolver dudas y hacer el seguimiento de los traballos tutelados. ? Moodle: uso para hacer consultas, solicitar encuentros virtuales para resolver dudas y hacer el seguimiento de los traballos tutelados y las lecturas. ? Teams: sesiones para tutorías individuales o en grupo reducido 4. Modificacións en la evaluación No se realizarán cambios *Observaciones de evaluación: Se mantieñen las mismas que figuran en la guía docente, excepto que: el cómputo de la asistencia solo se realizará respecto de las sesiones que haya presenciales hasta el momento en que se suspenda la actividade presencial. 1. SITUACIONES: Se mantieñen las mismas que figuran en la guía docente 2. REQUISITOS PARA SUPERAR LA MATERIA: Se mantieñen los mismos que figuran en la guía docente 5. Modificacións de la bibliografía o webgrafía No se realizarán cambios. El alumnado ya dispone de todos los materiais de traballo da maneira dixitalizada en Moodle.
------------------	---

	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	Comprender o proceso de comercialización de servizos financeiros	AJ17	BJ4
		AJ18	BJ11
			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	Adquirir ferramentas básicas para a mellora da responsabilidade social e a sustentabilidade en entidades financeiras	AJ17	BJ4
		AJ18	BJ11
			BJ15
			BJ23
Habilidades para superar el examen de certificación EFA			BJ24
			BJ25
			BJ26
			BJ27
			BJ28

Contents	
Topic	Sub-topic
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.



Planning

Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student's personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	A17 A18 B4 B23 B25	7	14	21
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
Seminar	A18 B23 B28	4	4	8
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	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.
Supervised projects	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.
Oral presentation	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
Seminar	Participación en conferencias invitadas a cargo de profesionales del sector financiero, cuyos contenidos serán evaluables
Multiple-choice questions	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).

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
Seminar	A18 B23 B28	Attendance to all face-to-face sessions is compulsory, including seminars and guest lectures, and will be duly assessed	0
Oral presentation	A18 B11 B15 B24 B26 B27	All team members participating in group presentations will get the same grade regardless of format (oral/written, face-to-face/virtual)	0



Supervised projects	A18 B11 B15 B23 B24 B25 B26 B27 B28	The grade corresponding to continuous evaluation comes from adding up individual attendance all to face-to-face sessions of the course, be it theoretical or interactive, including seminars and guest lectures; participation in the individual and/or group practical assignments; and oral presentations. Mere attendance to sessions, without participation in other assignments (supervised projects, oral presentations, seminars) will weight a maximum of 10% of the final grade	40
Multiple-choice questions	B25 B26	A multiple-choice type of test exam, where only one option is correct, will be taken over Moodle. Wrong answers entail a penalty of one third of the value of correct ones. It is strictly necessary to pass the exam (with a grade equal or superior to 5, in a 0-10 grading system) in order to pass the course.	60

Assessment comments

The aforementioned evaluation criteria will apply to both the first and the second opportunity, including Erasmus and exchange students. Those students who fail the multiple-choice exam will receive the exam grade as course grade. Only the supervised projects and presentations that are delivered in the date and in the format required by the professor will be evaluated. The grade of "Not present" will only be given to students who only participated in course activities worth under 20% of the final grade. The grade obtained by students for the continuous evaluation will be valid only for the ongoing academic year. If a student in such situation fails to pass the complete course in either 1st opportunity or 2nd opportunity, his/her final grade will be "Fail", implying that he/she will have to re-take the whole course during incoming academic years. In the case of students registered as as part-time with "dispensa académica" the weight of the exam grade will be 100%.

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 A bibliografía básica e complementaria actualizada se indicará en moodle (artigos, capítulos, informes, casos, materiais de soporte audiovisual, etc.)
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

(*)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.