PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
"Marketing Financiero"

Grado en Finanzas y Contabilidad

Departamento de Administración de Empresas y Marketing

Facultad de Turismo y Finanzas

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Titulación:	Grado en Finanzas y Contabilidad
Año del plan de estudio:	2009
Centro:	Facultad de Turismo y Finanzas
Asignatura:	Marketing Financiero
Código:	1610044
Tipo:	Optativa
Curso:	4º
Período de impartición:	Cuatrimestral
Ciclo:	
Área:	Comercialización e Investigación de Mercados (Área responsable)
Horas :	150
Créditos totales :	6.0
Departamento:	Administración de Empresas y Marketing (Departamento responsable)
Dirección física:	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES, AVDA. RAMÓN Y CAJAL, 1 41018 -
Dirección electrónica:	http://admark.us.es

OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

Objetivos docentes específicos

Dentro del Área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados, podemos definir dos campos básicos de estudio e investigación complementarios y dependientes.
En el primero, podemos agrupar los aspectos de investigación y análisis del mercado, experimentación comercial, previsiones y escenarios futuros.
En el segundo campo se abordan los problemas de Planificación y Dirección, adoptando estrategias y/o "creando futuro", en base a la información que se posee.
La disciplina de Marketing Financiero está formada por contenidos teórico-prácticos que hemos encuadrado, dada la orientación de la asignatura, dentro del segundo de los campos mencionados.
Podemos considerar dos objetivos específicos:
a) Formación a nivel teórico sobre los principales aspectos del marketing de los servicios financieros (relaciones, características distintivas, estrategias y gestión).
b) Aplicación práctica de los conceptos teóricos.
Ambos objetivos son complementarios y necesarios para proporcionar al alumno una formación adecuada en la presente disciplina.

Código Seguro De Verificación	dbMrY3B3vaSOCinfFy7GoQ==	Fecha	06/05/2020
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/dbMrY3B3vaSOCinfFy7GoQ==	Página	1/3

Competencias:

Competencias transversales/genéricas

Capacidad de análisis y síntesis.
Capacidad de organizar y planificar.
Comunicación oral en la lengua nativa.
Conocimientos generales básicos.
Solidez en los conocimientos básicos de la profesión.
Comunicación escrita en la lengua nativa.
Habilidades para recuperar y analizar información desde diferentes fuentes.
Resolución de problemas.
Toma de decisiones.
Capacidad de crítica y autocrítica.
Trabajo en equipo.
Habilidades en las relaciones interpersonales.
Habilidades para trabajar en grupo.
Habilidades para trabajar en un equipo interdisciplinario.
Compromiso ético.
Capacidad para aplicar la teoría a la práctica.
Habilidades de investigación.
Capacidad de aprender.
Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
Capacidad de generar nuevas ideas.
Liderazgo.
Habilidad para trabajar de forma autónoma.
Planificar y dirigir.
Iniciativa y espíritu emprendedor.
Inquietud por la calidad.
Inquietud por el éxito.

Competencias específicas

Los alumnos que cursen y superen esta asignatura alcanzarán importantes conocimientos para la gestión comercial de los servicios financieros, tanto desde la perspectiva de la atención al cliente, como desde la óptica de la gestión comercial de empresas financieras.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Gestión de las relacionales con los clientes en el ámbito financiero.
Estrategias de gestión de servicios financieros.
Calidad de servicios financieros.
Principios de gestión de organizaciones financieras.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Relación de actividades formativas del cuatrimestre

Clases teóricas

Horas presenciales: 30.0

Horas no presenciales: 35.0

Metodología de enseñanza-aprendizaje:

La enseñanza se desarrollará explicaciones teóricas, complementadas con numerosos ejemplos, ejercicios, modelos y casos prácticos relativos a los distintos temas que se impartan.

Código Seguro De Verificación	dbMrY3B3vaSOCinfFy7GoQ==	Fecha	06/05/2020
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/dbMrY3B3vaSOCinfFy7GoQ==	Página	2/3

Exposiciones y seminarios

Horas presenciales: 10.0

Horas no presenciales: 10.0

Metodología de enseñanza-aprendizaje:

Exposición oral de trabajos realizados por los alumnos tanto en grupos de trabajo como de forma individual.

Prácticas (otras)

Horas presenciales: 16.0

Horas no presenciales: 25.0

Metodología de enseñanza-aprendizaje:

Realización de actividades de búsqueda, recogida y análisis de datos (bibliografía y trabajos de campo), así como de elaboración y presentación de informes.

AAD sin presencia del profesor

Horas presenciales: 0.0

Horas no presenciales: 0.0

Metodología de enseñanza-aprendizaje:

Desarrollo de trabajos en grupos y de tareas de preparación de casos prácticos y exámenes.

Exámenes

Horas presenciales: 4.0

Horas no presenciales: 20.0

Clases teóricas

Horas presenciales: 0.0

Horas no presenciales: 0.0

Clases teóricas

Horas presenciales: 0.0

Horas no presenciales: 0.0

SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Examen

Se realizarán uno o varios exámenes.
Integrados por una o varias cuestiones teórico-prácticas.
Se realizará un examen final que liberará de la materia explicada a aquellos alumnos que lo superen. Tanto los alumnos no presentados a examen como los no aprobados, podrán examinarse en la convocatoria extraordinaria que corresponda.

Realización y exposición de trabajos prácticos

Realización de trabajos prácticos.
Presentación de trabajos prácticos.
Elaboración de materiales.
Trabajos realizados bajo la tutela continuada del profesor

Participación activa

Participación activa en clase.
Participación activa en actividades prácticas.
Participación activa en seminarios.

Código Seguro De Verificación	dbMrY3B3vaSOCinfFy7GoQ==	Fecha	06/05/2020
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/dbMrY3B3vaSOCinfFy7GoQ==	Página	3/3