

Datos básicos de la asignatura

Titulación:	Grado en Finanzas y Contabilidad
Año plan de estudio:	2009
Curso implantación:	2009-10
Centro responsable:	Facultad de Turismo y Finanzas
Nombre asignatura:	Marketing Financiero
Código asignatura:	1610044
Tipología:	OPTATIVA
Curso:	4
Periodo impartición:	Cuatrimestral
Créditos ECTS:	6
Horas totales:	150
Área/s:	Comercialización e Investigación de Mercados
Departamento/s:	Administración de Empresas y Marketing

Objetivos y resultados del aprendizaje

OBJETIVOS:

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:

- Formación a nivel teórico sobre los principales aspectos del marketing de los servicios financieros (relaciones, características distintivas, estrategias y gestión).
- Aplicación práctica de los conceptos teóricos.

Código Seguro De Verificación	T0riFeVRm4JzTSXJPrXQTW==	Fecha	13/01/2026
Firmado Por	PILAR CUBILES SANCHEZ-POBRE	Página	1/5
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/T0riFeVRm4JzTSXJPrXQTW%3D%3D		



Ambos objetivos son complementarios y necesarios para proporcionar al alumno una formación adecuada en la presente disciplina.

COMPETENCIAS:

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.

Competencias 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.

Código Seguro De Verificación	T0riFeVRm4JzTSXJPrXQTW==		Fecha	13/01/2026	
Firmado Por	PILAR CUBILES SANCHEZ-POBRE				
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/T0riFeVRm4JzTSXJPrXQTW%3D%3D		Página	2/5	

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.

Contenidos o bloques temáticos

1. Definición de Marketing Financiero.
2. Comprensión del mercado financiero y gestión del cliente.
3. Variables de Marketing en el sector financiero.
4. Aplicación de conceptos.

Actividades formativas y horas lectivas

Código Seguro De Verificación	T0riFeVRm4JzTSXJPrXQTw==	Fecha	13/01/2026	
Firmado Por	PILAR CUBILES SANCHEZ-POBRE			
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/T0riFeVRm4JzTSXJPrXQTw%3D%3D		Página 3/5	

Actividad

B Clases Teórico/ Prácticas

Horas

60

Metodología de enseñanza-aprendizaje

Clases teóricas

Para la adquisición de los contenidos disciplinares teóricos se aplicará una metodología encaminada a que los alumnos participen al máximo y se vayan haciendo responsables de su aprendizaje. Además, se propondrán actividades de aplicación práctica de los conceptos estudiados, tales como casos, preguntas de discusión, comentarios de noticias de actualidad del sector, debates, etc. Los contenidos teóricos estarán ligados y serán complementados con la bibliografía proporcionada al alumno. La bibliografía básica se convierte en la referencia principal en cuanto a los contenidos de cada tema, de forma que el alumno podrá seguirlos por los manuales proporcionados.

Prácticas (otras)

La realización de actividades prácticas representa el eje principal sobre el que se asentará la dinámica de clase. Este método obliga a la realización de un trabajo analítico en el que los alumnos se enfrentarán ante una situación que refleja la realidad comercial de una empresa, pretendiendo que el alumno desarrolle la capacidad para identificar problemas y tomar decisiones adecuadas.

Sistemas y criterios de evaluación y calificación

EVALUACIÓN CONTINUA.

Para superar la asignatura en evaluación continua, el alumno realizará un examen final (test o cuestiones y ejercicios teórico-prácticos) del contenido de la asignatura, que tendrá una ponderación del 50% de la calificación final de la asignatura. El resto de la calificación final se distribuye de la siguiente forma:

- Elaboración, y exposición en clase, de un trabajo en grupo, con una ponderación del 30%. En la evaluación del trabajo, la exposición en clase del mismo se valorará con el 30% en la calificación final del trabajo.

Código Seguro De Verificación	T0riFeVRm4JzTSXJPrXQTW==	Fecha	13/01/2026
Firmado Por	PILAR CUBILES SANCHEZ-POBRE		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/T0riFeVRm4JzTSXJPrXQTW%3D%3D	Página	4/5



- Trabajo en clase desarrollado mediante lecturas, el 10%.
- Análisis de situaciones reales de la práctica profesional del marketing financiero, el 10%.

Los alumnos que, habiendo optado por el sistema de evaluación continua, no alcancen la puntuación mínima exigida podrán superar la asignatura en el examen final de la convocatoria oficial. La calificación final podrá ser mejorada teniendo en cuenta otros elementos de juicio que puedan establecerse por los profesores de la asignatura (asistencia participativa en clase, trabajos voluntarios, individuales o en grupo, etc.).

EVALUACIÓN EN CONVOCATORIAS OFICIALES.

Examen test o cuestiones y ejercicios teórico-prácticos relativos a los contenidos de la asignatura (100%). La calificación final podrá ser mejorada teniendo en cuenta otros elementos de juicio que puedan establecerse por los profesores de la asignatura (asistencia participativa en clase, trabajos voluntarios, individuales o en grupo, etc.).

Código Seguro De Verificación	T0riFeVRm4JzTSXJPrXQTw==	Fecha	13/01/2026
Firmado Por	PILAR CUBILES SANCHEZ-POBRE		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/T0riFeVRm4JzTSXJPrXQTw%3D%3D	Página	5/5

