

Teaching guide

IDENTIFICATION DETAILS

Degree:	Marketing		
Field of Knowledge:	Social and Legal Science		
Faculty/School:	Law, Business and Governance		
Course:	FINANCE AND BANKING MARKETING		
Type:	Optional	ECTS credits:	3
Year:	3	Code:	7651
Teaching period:	Sixth semester		
Area:	Strategic Marketing		
Module:	Development and practical application of knowledge acquired		
Teaching type:	Classroom-based		
Language:	Spanish		
Total number of student study hours:	75		

SUBJECT DESCRIPTION

Con la excelencia siempre en el horizonte, desde el grado en Marketing planteamos una propuesta formativa en armonía con el ideario general de la UFV: ser buscadores de la verdad, desde y hacia el pluralismo auténtico, creando así una verdadera comunidad de universitarios libres y con conciencia crítica al servicio de la sociedad. Como se verá a continuación, la clave de nuestra propuesta consiste en poner a la persona en el centro del ejercicio profesional, de la reflexión intelectual y, por lo tanto, de toda la formación que se imparte en el grado.

¿Qué se pretende con ésta asignatura? En la actualidad, la situación competitiva a la que se enfrentan las entidades financieras en un entorno con grandes avances tecnológicos y la crisis financiera, hace necesario CONOCER el proceso a través del cual éstas generan valor y por ende satisfacción y lealtad en los clientes, siendo el marketing un instrumento fundamental para aplicar en entidades financieras desde una perspectiva operativa pero también estratégica. Todo ello respondiendo a las preguntas de Antropología, Epistemología, del Sentido y

Ética. La asignatura ha sido consensuada con el equipo docente.

Sin embargo la adopción del Marketing en las Instituciones Financieras es de carácter muy reciente, pues no fue hasta la década de los ochenta, con la denominada “guerra de las Supercuentas” cuando el sector comienza a adoptar un enfoque estratégico de marketing.

En este orden de cosas, los PILARES de la argumentación en la MISIÓN UFV -comunidad de buscadores que se transforman en hijos de su tiempo para ensanchar la razón en busca de la verdad- adquiere pleno sentido y, mucho más, si conceptos relativos a: gestión del riesgo y éxito en su implantación, valores inherentes al ser humano y gestor entendido como la implicación directa entre cliente-alumno Vs. UFV inspiran nuestro Ideario. En esta línea la asignatura permitirá de una parte, conocer y valorar la METODOLOGÍA empleada por las organizaciones para modular sus ESTRUCTURAS FUNCIONALES en áreas de negocio orientadas a clientes y productos y, de otra, integrar la calidad en el servicio como factor de éxito diferencial para alcanzar la excelencia empresarial. Las exigencias del mercado y del comportamiento de compra RENTABLE del cliente, así como la constante y rápida evolución de las Unidades de Negocio (UNE´s), obligan a los alumnos matriculados en 3 Grado ADE+MARKETING a una renovación de contenidos académicos y al empleo de técnicas de planificación práctica con simulaciones reales de defensa pública de proyectos de negocio orientadas a un desarrollo personal y humano que les permita una capacitación profesional y una capacidad de reflexión para enfrentarse con éxito a un escenario cada vez mas COMPETITIVO y GLOBALIZADO.

SKILLS

Basic Skills

Students must have demonstrated knowledge and understanding in an area of study that is founded on general secondary education. Moreover, the area of study is typically at a level that includes certain aspects implying knowledge at the forefront of its field of study, albeit supported by advanced textbooks

Students must be able to apply their knowledge to their work or vocation in a professional manner and possess skills that can typically be demonstrated by coming up with and sustaining arguments and solving problems within their field of study

Students must have the ability to gather and interpret relevant data (usually within their field of study) in order to make judgments that include reflections on pertinent social, scientific or ethical issues

Students must be able to convey information, ideas, problems and solutions to both an expert and non-expert audience

Students must have developed the learning skills needed to undertake further study with a high degree of independence

General Skills

Capacity for analytical, synthetic thought applied to business decision-making.

An ability to accomplish goals and solve problems, showing an ability to adapt to and make decisions in all manner of business management situations.

To understand marketing and enterprise as a service for the people within a company and society in general.

An ability to organise and plan for the purposes of marketing and business management.

To have a strong commitment to ethics at work.

Capacity for interdisciplinary teamwork.

Specific skills

To be able to lead teams in line with the basic principles of ethics, social responsibility and justice, generating synergies between the motivation of employees, the service provided to society and the improvement of sales.

To be able to use trade marketing techniques to win the commercial battle at the point of sale.

To be able to establish a remuneration and incentive policy for the sales team, motivating and encouraging the team to reach the sales targets.

To be capable of developing marketing strategies for the survival of a company, securing suitable gains for shareholders while respecting the needs of stakeholders.

DISTRIBUTION OF WORK TIME

CLASSROOM-BASED ACTIVITY	INDEPENDENT STUDY/OUT-OF-CLASSROOM ACTIVITY
30 hours	45 hours