Universidad de Navarra

Finanzas para marketing (Fcom)

Guía docente 2023-24

PRESENTACIÓN

Breve descripción: El objetivo de esta asignatura es formar al alumno en el análisis específico de las dimensiones financieras de la gestión de marketing. El eje de la asignatura es el análisis de la interacción entre rentabilidad y solvencia. Con tal fin, el temario se centra fundamentalmente en aspectos relacionados con la valoración de las inversiones, el análisis de sus costes financieros (tipos de interés), la gestión del fondo de maniobra, gestión de la tesorería y presupuestación.

- **Titulación**: Grado en Marketing
- **Módulo/Materia**: NIVEL 1. Módulo II (Economía y Empresa). NIVEL 2. Materia (Empresa)
- **ECTS**: 3 ECTS
- **Curso, semestre**: Tercer Curso, 1º Semestre
- **Carácter**: Obligatoria
- **Profesorado**: Ángel Arrese. Profesor Catedrático. (aarrese@unav.es)
- **Idioma**: Castellano
- **Aula, Horario**: Miércoles de 12:00 a 13:45 (Facultad de Comunicación) Aula 1

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS GENERALES

CG2 - Conocer y valorar el rol del marketing desde una perspectiva multidimensional: histórica, económica y empresarial, legal, sociológica, deontológica y tecnológica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE29 - Conocer los fundamentos básicos de contabilidad y análisis financiero que son necesarios para tomar decisiones económico financieras.

Universidad de Navarra

PROGRAMA

1. La interrelación marketing-finanzas (Cap. 1)

2. El equilibrio entre rentabilidad y solvencia (Caps. 2 y 7)

Análisis e interacción de las rentabilidades económicas y financieras

Ratios y medidas de la solvencia empresarial

Las posiciones económico financieras de la empresa

3. Las decisiones de inversión (Cap. 3)

Selección de inversiones

Efecto de la inflación y los impuestos

El riesgo en la inversión

4. Gestión del circulante (Cap. 4)

Períodos de maduración: ciclos de explotación económico y financiero

Las ventas y el fondo de maniobra

Las ventas y las necesidades operativas de fondos

5. Financiación del circulante y gestión del crédito comercial (Caps. 5 y 6)

Financiación propia y ajena

Políticas de crédito

Créditos comerciales a clientes

Créditos comerciales de proveedores

6. Gestión de tesorería (Cap. 4)

Flujos de cobros y pagos

Posiciones de liquidez y de tesorería

El presupuesto de tesorería

ACTIVIDADES FORMATIVAS

El curso intercala la formación teórica con la práctica, a través del repaso de los contenidos teóricos del Manual y la realización de ejercicios sobre cada una de las partes del programa. Durante las clases, además de la resolución y explicación de esos ejercicios, se realizarán pruebas de comprensión de los contenidos de la asignatura. La asignatura contará tanto con trabajos/ejercicios individuales como en grupo.

Universidad de Navarra

El método de trabajo en la asignatura está diseñado para conseguir los distintos objetivos planteados en el apartado anterior, tanto los objetivos de conocimiento como los de desarrollo de habilidades y capacidades.

Las actividades formativas que se exigen a los alumnos son los siguientes:

- **Seguimiento de las clases (clases teóricas y prácticas)**. La asistencia regular a clase es esencial para el buen aprovechamiento de la asignatura, ya que de otra forma es prácticamente imposible seguir el ritmo del curso, tanto de su desarrollo teórico como de las distintas actividades que se solicitan en las clases. Dada la forma de impartir la asignatura (sin unos apuntes impresos, con participación en las clases, etc.) es esencial contar con unos apuntes personales, que además es bueno que sean confrontados regularmente con los de otros alumnos. (**30 horas presenciales**)
- **Estudio**. El alumno realiza durante el curso pruebas de comprensión de los contenidos teóricos del Manual de la asignatura (**10 horas de estudio, y 1 horas de realización de pruebas**).
- **Ejercicios**. Al hilo de los temas desarrollados en clase, se pedirá la realización de ejercicios individuales (**20 horas de trabajo**)
- **El estudio para el examen** final tiene que estar orientado a la comprensión del conjunto de la asignatura, y las preguntas de examen se centrarán tanto en los aspectos teóricos (Manual) como en los prácticos trabajados en los ejercicios (**15 horas de estudio, y 2 horas de realización de examen**).

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La calificación de la asignatura se compone del **examen final (60% de la nota)** y de la nota personal de las actividades y **ejercicios** realizados dentro y fuera del Aula, tanto **individuales como en grupo (20%)**, así como de los **tests relizados en el Aula (20%)**.

- **Nota importante:** Para poder presentarse a la Convocatoria Ordinaria, habrá que haber **asistido al menos al 80%** de las sesiones de la asigntura. La valoración de la asistencia del 80% se realizará a partir de los registros de asistencia de algunas actividades que se hagan en el Aula (tests, encuestas u otros trabajos en el Aula).

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

El alumno deberá presentarse y aprobar el examen que comprenderá ltodos los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura.

- **IMPORTANTE**: cualquier intento de fraude, engaño, copia, plagio u otra conducta irregular por parte de los alumnos en cualquiera de las pruebas puntuables de la asignatura (exámenes, tests, pruebas en clase, etc.) será sancionado con el suspenso de la asignatura.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Universidad de Navarra

Dr. Ángel Arrese (aarrese@unav.es)

- Despacho 0750. Edificio de Bibliotecas Ismael Sánchez-Bella. Planta Baja. Departamento de Marketing y Empresas de Comunicación.
- Horario de tutoria: Lunes de 12:00 a 14:00 y Martes de 16:00 a 18:00.

BIBLIOGRAFÍA

Manual de la asignatura:

-Ruiz Palomo, Eduardo. **Finanzas aplicadas al Marketing** (2º Ed.). Pirámide. Madrid, 2019, Localízalo en la Biblioteca

Bibliografía básica recomendada:

-Massons, Joan, **Finanzas para profesionales de marketing y ventas**, Deusto, Barcelona, 2008. Localízalo en la Biblioteca

-Eslava, José de Jaime, **Finanzas para el marketing y las ventas**, RSIC-Editorial, Madrid, 2015. Localízalo en la Biblioteca

-Santandreu, Eliseu, **Finanzas para directivos de marketing**, Gestión 2000, Barcelona, 2003. Localízalo en la Biblioteca

-Arias Rodríguez, Ana T. y Caballero Cabrera, Juan Fco., **Gestión operativa de tesorería**, McGraw-Hill, Madrid, 2015. Localízalo en la Biblioteca

-Fields, Edward, **The Essentials of Finance and Accounting for Nonfinancial Managers**, 3ª ed., AMACON, New York, 2016. Localízalo en la Biblioteca [Recurso electrónico]

-Martínez Abascal, Eduardo. **Finanzas para Directivos**. McGraw-Hill, Barcelona, 2012. Localízalo en la Biblioteca