



centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUÍA DOCENTE 2017-18

FINANZAS PARA MARKETING

Julio 2017

DATOS GENERALES

Asignatura:	FINANZAS PARA MARKETING
Código:	801928
Curso:	2016-17
Titulación:	Grado en Marketing y Comunicación Digital
Nº de créditos (ECTS):	6
Requisitos:	Sin requisitos previos
Ubicación en el plan de estudios:	3r curso, 2º cuatrimestre
Fecha de la última revisión:	Julio 2017
Profesor Responsable:	Dra. Magda Cayón

1 DESCRIPCIÓN GENERAL

El objetivo de la asignatura es transmitir los conocimientos teóricos y prácticos que necesita un profesional del marketing y la comunicación para determinar la importancia de la gestión de las Finanzas en el contexto del marketing y Ventas, para ello se desarrollan todos los conceptos necesarios para su ejecución:

- Conocer los contenidos de las masas fundamentales de un Balance.
- Aprender a interpretar los balances y las cuentas de resultados.
- Desarrollar los conceptos de los presupuestos comerciales y su elaboración.
- Determinar los resultados específicos de cada área de actuación mediante la estructura de ingresos, costes y gastos.
- Conjuguar los resultados y la gestión de todos los parámetros mediante el Cuadro de Mando Integral.

2 OBJETIVOS

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Conocer y aplicar conceptos básicos de Finanzas.
- Contribuir a la buena gestión de la asignación de recursos tanto en el ámbito privado como público.
- Comprender las operaciones financieras que tienen lugar en el ámbito empresarial.
- Resolver problemas de valoración financiera tanto de decisiones de financiación como de inversión empresarial.
- Poseer y comprender conocimientos básicos generales y los conocimientos del área de Economía que se reflejan en libros de texto avanzados.
- Ser capaz de reunir e interpretar datos e información relevantes de carácter económico para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

3 CONTENIDOS

TEMA 1: Finanzas básicas

- 1.1 Qué es una cuenta de resultados
- 1.2 Leer un balance
- 1.3 Tesorería, contabilidad, flujo de caja

TEMA 2: Gestión financiera a corto plazo

- 2.1 Introducción
- 2.2 Decisiones sobre circulantes en la empresa
- 2.3 Necesidades operativas de fondos y fondo de maniobra
- 2.4 Análisis de las variaciones del circulante y financiación del crecimiento
- 2.5 Políticas alternativas de gestión del circulante

TEMA 3: Gestión de los deudores

- 3.1 Introducción
- 3.2 La política de crédito de la empresa
 - a. La concesión de crédito
 - b. Condiciones de crédito
 - c. La gestión del cobro. El control de cuentas a cobrar
- 3.3 Evaluación de los cambios en la política de crédito

TEMA 4: Gestión de existencias

- 4.1 Introducción
- 4.2 Clasificación de las existencias
- 4.3 Factores determinantes del tamaño de las existencias
- 4.4 Costes del inventario
- 4.5 Modelos de gestión del inventario

TEMA 5: Gestión de la tesorería

- 5.1 Introducción
- 5.2 Razones para mantener efectivo. Conceptos básicos
- 5.3 El nivel óptimo de tesorería. Modelos de gestión de tesorería
- 5.4 Presupuesto de tesorería

TEMA 6: Gestión de los recursos financieros a corto plazo

- 6.1 Introducción
- 6.2 Gestión de la financiación espontánea
- 6.3 Gestión de la financiación negociada

TEMA 7: Proyecciones financieras a corto plazo

- 7.1 Introducción
- 7.2 Previsión de ventas
- 7.3 Modelos de proyección de necesidades financieras a corto plazo
 - a. Método de proyección de balances
 - b. Método del porcentaje de las ventas
- 7.4 Financiación externa y crecimiento

TEMA 8: Otras formas de financiación

- 8.1 Fondos públicos vs Financiación bancaria
- 8.2 FFF (Family, Friends and Fools)
- 8.3 Crowdfunding
- 8.4 Inversión privada (Rondas de financiación)
- 8.5 Ratios de tesorería

4 METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Se basa en clases expositivas participativas complementadas con lectura por adelantado de los temas, ejercicios de clase y los trabajos en casa. Con las prácticas en clase y los trabajos en casa se espera reafirmar los conceptos y procedimientos.

5 EVALUACIÓN

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado del estudiantado. Un 40% de la nota se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 60% porcentaje restante, del examen final presencial. El examen final tiene dos convocatorias.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

- **NF = Nota Examen Final x 60% + Nota Evaluación Continuada x 40%**
- Nota mínima del examen final para calcular la NF será de 40 puntos sobre 100.
- La asignatura queda aprobada con una NF igual o superior a 50 puntos sobre 100.

BIBLIOGRAFÍA

1. “Análisis de Estados Financieros”. Oriol Amat. Ediciones Gestión 2000
2. “Cómo Interpretar un Balance”. J.A. Fernández e Y. Navarro. Editorial Deusto
3. “Análisis Económico Financiero de las Decisiones de Gestión Empresarial”. José de Jaime Eslava. Editorial ESIC
4. “Contabilidad Financiera”. José Luis Fernández Iparraguirre. Editorial ESIC
5. “Finanzas, Análisis y Estrategia Financiera”. Joan Massons. ESADE
6. “Finanzas para Profesionales de Marketing y Ventas”. Joan Massons. Deusto
7. “Curso de Finanzas para no Financieros”. Editado por 5 Días y el Centro de Estudios Financieros