



centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUÍA DOCENTE 2019-20

FINANZAS PARA MARKETING

Julio 2019

DATOS GENERALES

Nombre del curso:	FINANZAS PARA MARKETING
Código:	801920
Curso:	2019-20
Titulación:	Grado en Marketing y Comunicación
Nº de créditos (ECTS):	6
Requisitos:	---
Ubicación en el plan de estudios:	3º curso, 2º cuatrimestre
Fecha de la última revisión:	Julio 2019
Profesor Responsable:	Magda Cayón Costa

1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CURSO

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. Saber hacer un diagnóstico patrimonial y financiero de la empresa. 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. Y finalmente determinar la viabilidad de una nueva propuesta de inversión.

2 OBJETIVOS GENERALES

1. Conocer y aplicar conceptos básicos de Finanzas.
2. Comprender las operaciones financieras que tienen lugar en el ámbito empresarial.

3. Resolver problemas de valoración financiera tanto de decisiones de financiación como de inversión empresarial.
4. 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 DEL CURSO

BLOQUE 1: DIAGNÓSTICO PATRIMONIAL Y ECONÓMICO DE LA EMPRESA

Resultados del aprendizaje

- Conocer en profundidad las cuentas anuales de una empresa
- Hacer un diagnóstico básico de la situación financiera / patrimonial y económica de la empresa

Contenido

- 1.1 Balance de situación de la empresa
- 1.2 Cuenta de resultados de la empresa
- 1.3 Principales herramientas para determinar la posibilidad de quiebra y de suspensión de pagos en una empresa
- 1.4 Punto de equilibrio
- 1.5 Casos propuestos

BLOQUE 2: CONTROL DE GESTIÓN

Resultados del aprendizaje

- Conocer las principales fuentes de costes de la empresa
- Saber determinar el coste unitario del producto o servicio que la empresa ofrece por los diferentes sistemas estándares existentes.
- Saber determinar los costes de un departamento comercial: sistemas de asignación de costes
- Saber elaborar un presupuesto y las proyecciones de las necesidades de futuro

Contenido

- 2.1 Definición de coste. Tipos y clasificación de los costes
- 2.2 Sistemas de imputación de costes para el cálculo del coste unitario
- 2.3 ¿Cómo elaborar un buen presupuesto?
- 2.4 Análisis de la gestión interna a través de las desviaciones entre costes históricos y previsiones.
- 2.5 Casos propuestos

BLOQUE 3. VIABILIDAD DE NUEVAS INVERSIONES

Resultados del aprendizaje

- Saber determinar un proyecto de inversión y un proyecto de financiación
- Saber determinar la viabilidad económica de una nueva inversión propuesta.

Contenido

- 3.1 Definición de inversión y financiación. Proyecto de inversión y de financiación
- 3.2 El coste global de la financiación como ponderación de las diferentes fuentes de financiación.
- 3.3 Definición de los proyectos agregados
- 3.4 Principales criterios de evaluación de la viabilidad de los proyectos agregados: VFN, rentabilidad de los fondos aportados y máximo coste de financiación.
- 3.5 Relación entre los criterios de evaluación
- 3.6 Casos propuestos

4 METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Al inicio del curso se presentará la planificación de todas las sesiones del cuatrimestre. En esta agenda se fija el calendario de distribución de clases por temas, fechas de presentación de las diferentes actividades, exámenes, etc. De manera que el estudiante sabrá desde el primer momento cómo se va a desarrollar la asignatura.

Las clases destinadas a desarrollar los contenidos no serán clases magistrales sino que tras la lectura/preparación previa por parte del estudiante del tema en cuestión, la clase será un espacio de reflexión, aclaración de dudas, debate y finalmente aplicación de los contenidos a situaciones empresariales propuestas.

5 EVALUACIÓN

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado del estudiante. 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.

6 BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- BREALEY, R., S.C. MYERS y F. ALLEN. *Principios de finanzas corporativas*. 11ª edición. Madrid: McGraw-Hill, 2015.
- Malkiel, B.G. y Hernández Díaz, M. *Un paseo aleatorio por Wall Street*. Alianza editorial. 2016
- SUÁREZ SUÁREZ, A.S. *Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa*. 21ª edición. Madrid: Ed. Pirámide, 2013.
- ROSS, S.A.; R.W. WESTERFIELD y J. JAFFE. *Corporate Finance*. New York: McGraw-Hill, 2015

7 BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- BENNINGA, S. *Financial Modeling*. 3ª edición. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2008.
- BODIE, Z., R.C. MERTON, y D. L. CLEETON: *Financial Economics*. 2ª edición. Upper Saddle River, New Jersey: Ed. Prentice-Hall, 2009.
- CHEW, D.H. (ed). *The New Corporate Finance: Where Theory Meets Practice*. 3ª edición. New York: Ed. McGraw-Hill, 2000.
- COPELAND, T.E., S.F. WESTON y K. SHASTRI. *Financial Theory and Corporate Policy*. 4a edición. Reading, Massachusetts: Ed. Addison-Wesley, 2004.
- FINNERTY, J.D. *Project Financing: Asset-Based Financial Engineering*. 2a edición. New York: Ed. John Wiley & Sons, 2007.
- GRINBLATT, M. y TITMAN, S. *Mercados financieros y estrategia empresarial*. Madrid: McGraw-Hill, 2003 (traducción de la segunda edición inglesa de GRINBLATT, M. i TITMAN, S. *Financial Markets and Corporate Strategy*. 2ª edición. New York: McGraw-Hill, 2002.

- HOLDEN, C.W. *Excel Modeling and Estimation in Corporate Finance*. Upper Saddle River, New Jersey: Ed. Prentice-Hall, 2008.
- PETERSON, P. y FABOZZI, F.J. *Capital Budgeting*. New York: John Wiley and Sons, 2002.
- STERN J.M. y D.H. CHEW (eds.). *The Revolution in Corporate Finance*. 4ª edición. Oxford: Ed. Basil Blackwell, 2003.