



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUÍA DOCENTE DE FINANZAS PARA MÁRKETING 2023-24

DATOS GENERALES ASIGNATURA

Nombre:	FINANZAS PARA MARKETING
Código:	801928
Curso:	2023-2024
Titulación:	Grado en Marketing y Comunicación Digital
N.º de créditos (ECTS):	6
Ubicación en el plan de estudios:	3er Curso, 2º cuatrimestre
Departamento:	Dirección Financiera, Control de Gestión y Contabilidad
Responsable departamento:	Dr. Pere Gómez
Fecha de la última revisión:	Enero 2024
Profesor Responsable:	Dr. Pere Gómez Prof. José María Sartorio

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

El objetivo de la asignatura es transmitir los conocimientos teóricos y prácticos que necesita un profesional del marketing y la comunicación en relación con la contabilidad y las finanzas como usuario. Conocer los estados financieros básicos y poder hacer un análisis sobre los mismos. 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. A los conceptos generales de naturaleza financiera y de costes se añadirán aquellos que por su naturaleza resulten más prácticos para el profesional del marketing y la comunicación.

2. OBJETIVOS

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Conocer y aplicar conceptos básicos de contabilidad y finanzas en un contexto de marketing y comunicación.
- Comprender los estados financieros clave que conforman las cuentas anuales de las sociedades. Especialmente el balance y la cuenta de resultados.
- Tomar decisiones sobre precios basadas en costes marginales y márgenes.
- Conocer los diferentes márgenes de contribución del producto.
- Calcular el punto de *break even* para uno y varios productos e interpretar los resultados sobre el mismo.
- Conocer la naturaleza básica de los costes y su imputación a producto

- Aplicar los conceptos teóricos a casos prácticos basados en supuestos reales.
- Abordar desde una perspectiva financiera la planificación de marketing, el presupuesto, los indicadores clave y las desviaciones.
- Ser capaz de organizar y analizar información para la toma de decisiones tácticas y estratégicas.

3. CONTENIDOS

BLOQUE 1: INTRODUCCIÓN Y FUNDAMENTOS

TEMA 1 INTRODUCCIÓN

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Conocer el alcance de la asignatura y su contenido.
- Conocer los objetivos fundamentales de aprendizaje y métodos de trabajo.
- Conocer el sistema de evaluación de la asignatura.

Contenido

- 1.1 Presentación de la asignatura.
- 1.2 Contenido de la asignatura.
- 1.3 Sistema de evaluación.

TEMA 2 BALANCE DE SITUACIÓN

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Conocer la composición y estructura del Balance de Situación.
- Identificar las principales masas patrimoniales, su composición y clasificación.
- Conocer y practicar los movimientos de balance y las equivalencias de balance compensadas.
- Calcular los porcentajes verticales y horizontales del Balance de Situación.

Contenido

- 2.1 Introducción.
- 2.2 La estructura de balance.
- 2.3 Masas patrimoniales y criterios de clasificación.
- 2.4 Equivalencias de balance compensadas.
- 2.5 Casos y ejercicios.

TEMA 3 CUENTA DE RESULTADOS

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Conocer la composición y estructura de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
- Diferenciar entre compras y coste de mercancías vendidas.
- Diferenciar los diferentes tipos de resultados: de explotación (BAII) antes de impuestos (BAI) y resultado neto.
- Identificar y practicar las equivalencias no compensadas con impacto en Patrimonio Neto.
- Conocer e interpretar la relación entre la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y el Balance de situación a través del resultado del ejercicio.
- Calcular los % verticales y horizontales de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

Contenido

- 3.1 Introducción.
- 3.2 El concepto de ingreso y gasto.
- 3.3 La cuenta de pérdidas y ganancias.
- 3.4 El coste de mercaderías vendidas.
- 3.5 Equivalencias contables con impacto en el patrimonio neto.
- 3.6 Casos y ejercicios.

BLOQUE 2: ANÁLISIS FINANCIERO PARA MÁRKETING

TEMA 4 LIQUIDEZ

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Realizar e interpretar los porcentajes verticales y horizontales sobre los estados financieros.
- Comprender el impacto de las ventas en la gestión del circulante y las necesidades operativas de fondos (NOF).
- Analizar la situación de liquidez, solvencia y rentabilidad a través del análisis de ratios financieros.
- Calcular e interpretar la gestión de circulante de la compañía y el cálculo del período de maduración.

Contenido

- 4.1 Introducción.
- 4.2 Fono e maniobra.
- 4.3 Necesidades operativas de fondos.
- 4.4 Ratios de liquidez.
- 4.5 Ratios de gestión de circulante: rotaciones.
- 4.6 Periodo de madurez.

TEMA 5 SOLVENCIA

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Conocer las fuentes básicas de financiación de la empresa.
- Distinguir entre pasivos corrientes y no corrientes.
- Interpretar la situación de solvencia de una compañía a través de la interpretación de los % verticales y horizontales y sus ratios de solvencia.
- Practicar mediante casos los conceptos aprendidos.

Contenido

- 5.1 Introducción.
- 5.2 Financiación propia y financiación ajena.
- 5.3 Ratios de endeudamiento, solvencia y estructura de la deuda.
- 5.4 Cobertura de intereses y deuda.
- 5.5 Interpretación de los ratios.
- 5.6 Casos prácticos para consolidar los conceptos y la interpretación de los ratios.

TEMA 6 RENTABILIDAD

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Distinguir entre rentabilidad económica (ROA) y rentabilidad financiera (ROE).
- Descomponer el ROA en sus componentes de margen y rotación.
- Descomponer el ROE en sus componentes de margen rotación y efecto apalancamiento.
- Interpretar las causas de las diferencias de rentabilidad entre ejercicios y el sector.

Contenido

- 6.1 Introducción.
- 6.2 Financiación propia y financiación ajena.
- 6.3 Ratios de endeudamiento, solvencia y estructura de la deuda.
- 6.4 Cobertura de intereses y deuda.
- 6.5 Interpretación de los ratios
- 6.6 Casos prácticos para consolidar los conceptos y la interpretación de los ratios.

TEMA 7 CONSOLIDACIÓN DEL ANÁLISIS FINANCIERO

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Consolidar los conceptos aprendidos en los temas anteriores.
- Interrelacionar los conceptos de liquidez, solvencia y rentabilidad para poder hacer un diagnóstico global de la situación de una empresa, tanto en términos de estructura financiera como de rentabilidad.

Contenido

- 7.1 Casos prácticos integradores de los contenidos del bloque.

BLOQUE 3: CONTROL DE COSTES Y GESTIÓN COMERCIAL

TEMA 8 INTRODUCCIÓN A LOS COSTES

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Distinguir los principales sistemas y tipos de costes.
- Conocer los sistemas Direct y Full Costing para valoración de existencias.
- Calcular el Coste de Mercancías Vendidas y cuentas de resultados con cada uno de los sistemas.

Contenido

- 8.1 Tipos de costes por naturaleza y comportamiento.
- 8.2 Costes de producción y no producción.
- 8.3 El sistema de costes Full Costing.
- 8.4 El sistema de costes Direct Costing.
- 8.5 Cálculo del coste de producción y de las existencias.

TEMAS 9 y 10 DECISIONES PRECIO VOLUMEN I y II

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Diferenciar el Margen Bruto, el Margen de Contribución y el Margen de explotación.
- Tomar decisiones marginales sobre precios y ventas utilizando el margen de contribución. Horizontes a corto y largo plazo.
- Entender y aplicar el concepto de coste diferencial.
- Calcular el punto de *break even* en unidades y valor para uno o varios productos.

Contenido

- 9.1 Tipos de márgenes y su utilidad.
- 9.2 Horizontes de decisión: corto y largo plazo.
- 9.3 Cálculo del *Break Even* con un producto.
- 9.4 Cálculo del *Break Even* con un mix de productos.
- 9.5 Análisis marginal de precios y ventas.
- 9.6 Costes relevantes.
- 9.7 Decisiones con costes relevantes.
- 10.1 Casos prácticos de consolidación.
- 10.2 Conclusiones y reflexiones finales.

TEMA 11 PRESUPUESTOS E INDICADORES COMERCIALES

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Entender el concepto de presupuesto comercial y las variables que intervienen.
- Comprender e identificar las diferentes fases del ciclo presupuestario.
- Comprender el papel clave de las previsiones de ventas y la previsión de precios y cantidades.
- Conocer e interpretar algunos de los ratios de seguimiento comercial.

Contenido

- 11.1 El concepto presupuesto como guía a corto plazo de la organización.
- 11.2 Elementos del presupuesto comercial.
- 11.3 El ciclo presupuestario: participantes e información relevante.
- 11.4 Indicadores de presupuesto y comerciales.
- 11.5 Caso práctico integrador.

BLOQUE 4: REFLEXIONES FINALES Y CONCLUSIONES

TEMA 12 REFLEXIONES FINALES Y CONCLUSIONES

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Integrar los diferentes temas y conceptos desarrollados durante el curso.
- Efectuar un análisis completo, con foco comercial, de la situación financiera de una empresa, punto de equilibrio y rentabilidad y márgenes por producto.
- Interrelacionar los diferentes bloques del curso.

Contenido

- 13.1 Caso de repaso integrador TOMBUCTÚ.
- 13.2 Preparación examen.
- 13.3 Conclusiones.

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Grupo presencial:

Se fundamenta en clases expositivas participativas que requieren la lectura por adelantado de los distintos temas y el visionado del vídeo resumen del tema. Para la siguiente sesión se pide a los alumnos que trabajen sobre un caso práctico determinado que se discute posteriormente en aula. En cada sesión se da el marco y el contenido teórico para poder desarrollar los ejercicios para la siguiente sesión.

Las principales actividades que se realizan son:

- Actividades de resolución de problemas, participación en debates y resolución de casos.
- Análisis y discusión individual o en equipo de casos prácticos o ejercicios relacionados con los contenidos de la materia.
- Presentación de temas de actualidad vinculados con la asignatura y la realidad empresarial.
- Trabajo en grupo/cooperativo con asistencia del profesor.
- Tutorías de apoyo presencial o virtual, y resolución de casos en vídeo según las necesidades de la clase.

Es obligatorio que el estudiante lleve a clase un ordenador o tablet para realizar los ejercicios.

Grupo semipresencial:

Previamente a la sesión el alumno dispone de la presentación, el video del tema caso práctico para trabajar fuera de aula, todo ello publicado en el campus virtual. Con las prácticas en clase y los trabajos en casa se espera reafirmar los conceptos y procedimientos que se han presentado en las sesiones presenciales. Estas sesiones sirven también para presentar nuevos conceptos del programa, clarificar dudas e indicar las actividades a realizar durante el siguiente período. Dado que el tiempo entre sesiones es mayor, también lo es la carga de casos y ejercicios a realizar. El alumno cuenta con la asistencia virtual del profesor mediante reuniones ad-hoc o correos según las necesidades específicas.

Las principales actividades que se realizan son:

- Clases participativas en las que se refuerzan los conceptos teóricos del programa, se resuelven los casos prácticos y se da respuesta a las dudas. En estas sesiones, se establecen también los siguientes pasos a seguir.
- Visionado de videos y revisión del material en el campus. En esta modalidad es imprescindible venir a clase con las presentaciones del tema leídas y el vídeo del tema leído, ya que el tiempo dedicado a teoría en las sesiones es menor.
- Trabajo de los casos prácticos entre sesiones, individualmente o en equipo.
- Trabajo de equipo realizado sin asistencia presencial del profesor.
- Tutorías de apoyo y resolución de casos en vídeo según las necesidades de la clase.

Es obligatorio que el estudiante lleve a clase un ordenador o tablet para realizar los ejercicios.

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.

Grupo presencial:

Tipo de actividad	Descripción	% Evaluación continua	
Entregas:			30%
Caso práctico	entrega_bloque1_tema2	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque1_tema3	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque2_tema4	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque2_tema5	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque2_tema6	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque2_tema7	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque3_tema8	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque3_tema9	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque3_tema10	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque3_tema11	3,0%	
Trabajo en equipo	Análisis financiero de una empresa	35%	
Examen parcial	Bloques 1 y 2	35%	
Questionarios:			10%
TEST 1	Bloque 1	33,0%	
TEST 2	Bloque 2	33,5%	
TEST 3	Bloque 3	33,5%	
Examen final:			60 %
	Examen final	100%	

Grupo semipresencial:

Tipo de actividad	Descripción	% Evaluación continua	
Entregas:			30%
Caso práctico	entrega_bloque1_tema2	3,8%	
Caso práctico	entrega_bloque1_tema3	3,8%	
Caso práctico	entrega_bloque2_tema4	3,8%	
Caso práctico	entrega_bloque2_tema5	3,8%	
Caso práctico	entrega_bloque2_tema6	3,8%	
Caso práctico	entrega_bloque3_tema8	3,8%	
Caso práctico	entrega_bloque3_tema10	3,8%	
Caso práctico	entrega_bloque3_tema11	3,4%	
Trabajo en equipo	Análisis financiero de una empresa	35%	
Examen parcial	Bloques 1 y 2	35%	
Cuestionarios:			10%
TEST 1	Bloque 1	33,0%	
TEST 2	Bloque 2	33,5%	
TEST 3	Bloque 3	33,5%	
Examen final:			60 %
	Examen final	100%	

6. BIBLIOGRAFÍA

- De Jaime, J (2015). Finanzas para el marketing y las ventas. ESIC.
- Amat Salas, O. (2010). Contabilidad y finanzas para no financieros [on line].
- PGC actualizado con RD 2021 (se aporta como recurso).
- Brealey, R. A., Myers, S. C., Allen, F., Soria, L. N., & Izquierdo, M. Á. F. (2015). Principios de finanzas corporativas. McGraw-Hill Interamericana.
- Ruiz, D (2019). Finanzas aplicadas al marketing. Economía y Empresa. Editorial Pirámide, Madrid.
- Aguiar Díaz, I. (2009) – Finanzas Corporativas en la práctica. Delta Publicaciones Universitarias.
- Amat salas, O. (2016). Contabilidad y finanzas para dummies.
- Amat Salas, O. (2008) – Comprender la Contabilidad y las Finanzas. Ediciones Gestión 2000
- Amat Salas, O. (2009) – Análisis de Estados Financieros. Ediciones Gestión 2000
- Benninga, S. (2014). Financial modeling. MIT press.
- Salas, O. A. (2017). Empresas que mienten: Cómo maquillan las cuentas y cómo detectarlo a tiempo. Profit Editorial.

- Soriano Martínez, b y Pinto Gómez, C. (2008). Finanzas para no Financieros. Fundación CONFEMETAL
- Suárez, A. S. S. (2014). Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa. Ediciones Pirámide.
- Varios autores (Comisión de contabilidad de Gestión de la ACCID) (2010) – Manual de Control de Gestión. Profit Editorial.