

Plan Docente

- **Curso:** Finanzas para Marketing
 - **Créditos:** 6 ECTS
 - **Programa:** Marketing y Comunicación Digital
 - **Módulo:** Asignatura de formación básica
 - **Materia:** Empresa
 - **Código:** 802177
 - **Abreviación:** MA07
 - **Coordinadora de la materia:** Dr. Cristina Tomás
 - **Año académico:** 2022-2023
 - **Convocatoria:** Octubre
 - **Semestre:** Segundo (tercer curso, Semestre de primavera)
 - **Campus:** Barcelona
 - **Última revisión:** 04/04/2022
 - **Aprobación:** 04/04/2022
 - **Publicación:** 30/04/2022
-

00 Contenidos

00 Contenidos.....	2
01 Profesorado.....	3
01.1 Coordinadora de la materia	3
02 Presentación.....	3
02.1 Descripción.....	3
02.2 Aplicaciones profesionales relevantes	3
03 Competencias	4
03.1 Competencias de la materia	4
04 Programa.....	5
05 Metodología docente	6
06 Actividades formativas.....	6
07 Evaluación	7
08 Recursos de aprendizaje	7
10 Bibliografía	9
10.1 Bibliografía básica.....	9
10.2 Bibliografía complementaria	9

01 Profesorado

01.1 Coordinadora de la materia

Dr. Cristina Tomás

cristina.tomas.perez@campus.eae.es

02 Presentación

02.1 Descripción

El Objetivo de este Curso consiste en presentar al alumno una visión global e integradora de los instrumentos clave de la contabilidad y de las finanzas en la gestión empresarial.

Los objetivos que se persiguen consisten son:

- 1.- Exponer y facilitar con claridad la comprensión del ciclo contable para posibilitar la interpretación de los estados contables básicos (Balance y cuenta de resultados).
- 2.- Dotar de elementos de juicio para poder interpretar los estados contables.
- 3.- Ser capaces de diagnosticar la situación económico-financiera de la empresa.

02.2 Aplicaciones profesionales relevantes

Los departamentos de Marketing y Finanzas están obligados a entenderse y a cooperar juntos.

La misión de este curso pretende dotar de un lenguaje financiero útil y necesario para establecer puentes de comunicación.

Por consiguiente, la utilidad profesional va dirigida a aquellos puestos de trabajo en los departamentos, equipos y unidades de negocio en las áreas del marketing y finanzas (controllers, gestores de cuenta, etc.,).

03 Competencias

03.1 Competencias de la materia

Competencias específicas

[CE-1] Aplicar los conocimientos fundamentales del marketing y los elementos que intervienen en la comercialización de bienes y servicios a través de Internet y de las nuevas tecnologías y vincularlos con las estrategias de marketing globales de la empresa.

[CE-11] Interpretar el funcionamiento de las instituciones económicas y sociales como resultado y aplicación de modelos formales acerca de cómo funcionan en un Sistema Económico

Competencias generales

CG08 Analizar aquellos asuntos del negocio que afectan a la rentabilidad y crecimiento de una empresa con el fin de maximizar el éxito.

CG1 Identificar un problema y los datos pertinentes al respecto, reconocer la información relevante y las posibles causas del mismo.

CG12 Analizar, organizar y resolver cuestiones numéricas, datos comerciales y financieros, estadísticos y similares.

CG13 Tomar decisiones para alcanzar un objetivo a partir de un análisis y una comprensión clara de las posibles alternativas.

Competencias básicas

CB-1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB-2 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.

Competencias transversales

CT01 Emprendeduría e innovación: Conocer y entender la organización de una empresa y las ciencias que definen su actividad; capacidad para entender las normas laborales y las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, la calidad y el beneficio.

CT07 Tercera lengua: Conocer una tercera lengua, que será preferentemente inglés, con un nivel adecuado de forma oral y por escrito y en consonancia con las necesidades que tendrán las tituladas y los titulados en cada enseñanza.

04 Programa

- La financiación empresarial
- La financiación propia
- La financiación ajena
- El coste del capital
- Decisiones de endeudamiento
- Concepto de inversión
- Clasificación de las inversiones
- Magnitudes que definen una inversión
- Métodos estáticos de selección de inversiones
- Métodos dinámicos de selección de inversiones
- Efectos de la inflación y los impuestos
- Inversiones en incertidumbre

- Aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa en la gestión empresarial para asegurar una mejor comunidad sostenible y continuidad en la concienciación de su importancia.

05 Metodología docente

Teniendo en cuenta la característica teórico-práctica de la y el perfil de los estudiantes, el modelo docente se articula alrededor de diferentes tipos de metodologías:

ME1. Clase expositiva participativa

ME3. Trabajo autónomo

ME4. Aprendizaje basado en problemas

ME7. Evaluación

06 Actividades formativas

Considerando las competencias de la materia y en base a las metodologías docentes propuestas, se programan las siguientes actividades formativas:

Actividades de evaluación	Horas	Presencialidad
AF1. Exposición de contenidos con participación del estudiante	24	100%
AF2. Resolución de problemas, ejercicios y casos prácticos con participación del estudiante	24	100%
AF4. Estudio y preparación de las unidades didácticas	46	0%
AF5. Realización de ejercicios y casos prácticos	25	0%
AF6. Planteamiento y resolución de problemas	25	0%
AF13. Evaluaciones escritas / orales	6	100%

07 Evaluación

Ítem de evaluación $0.6 \cdot EV1 + 0.2 \cdot EV2 + 0.2 \cdot EV3$	Competencias específicas evaluadas	Peso
EV1. Examen final escrito de toda la materia	CEMAT01, CEMAT03, CEMAT06, CEMAT07, CEMAT08	40%
EV2. Control o prueba escrita parcial	CEMAT01, CEMAT03, CEMAT06, CEMAT07, CEMAT08	20%
EV3. Ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos - Ejercicios y problemas	CEMAT01, CEMAT02, CEMAT03, CEMAT06, CEMAT07, CEMAT08, CEMAT09	40%

"La calificación máxima que los o las estudiantes podrán obtener en las pruebas de reevaluación [...] será de 5,0. Además, "la calificación de las pruebas de reevaluación constituirá, en todo caso, la calificación final de la asignatura". Así, **únicamente tendrán derecho a examen aquellos estudiantes que, habiendo cumplido con el examen parcial, el examen final y haber realizado el 100% de las actividades de evaluación continua de la asignatura**, estén suspendidos (nota final de la asignatura inferior a 5)."

08 Recursos de aprendizaje

Temas	Recursos	Tipo
Temas	Apuntes y ejercicios	Clase y Blackboard

09 Código de conducta académica

El plagio es una actividad fraudulenta cuya comisión puede conllevar graves sanciones, tanto académicas como legales. La honestidad académica es uno de los pilares en los que se sustenta el compromiso educativo de la Escuela, y los miembros de su comunidad docente están especialmente sensibilizados y preparados para detectar este tipo de acciones. Habida cuenta de la dificultad que a menudo entraña la conceptualización del plagio, se ha creído conveniente delimitar claramente su contenido y alcance en las presentes regulaciones y políticas.

Se entiende como plagio la apropiación de trabajos u obras ajenas haciéndolos pasar como propios; esto es, sin acreditar su procedencia de manera explícita. El plagio puede consistir en la copia total o parcial no autorizada de una obra ajena, o en la presentación de la copia como obra original propia, suplantando al autor verdadero. Algunos ejemplos de plagio son:

- Entregar un trabajo ajeno como si fuera propio, independientemente de que la copia sea total o parcial.
- Parfrasear un texto plasmándolo con otras palabras pero haciendo pequeños cambios en el lenguaje para disimular y sin citar fuentes.
- Comprar o conseguir un trabajo y presentarlo como propio.
- Basarse en una idea o frase de otro u otra para escribir un trabajo nuevo sin citar al autor o a la autora de la obra.

Tal y como establece el art. 10 del Código de conducta académica del estudiantado (de EAE Barcelona o de EAE Madrid), sin perjuicio de las sanciones de carácter académico resultantes de su aplicación, la Comisión Académica promoverá las acciones legales que correspondieran en el caso de que el plagio pudiera contravenir la normativa aplicable en materia de propiedad intelectual.

10 Bibliografía

10.1 Bibliografía básica

- Moreno Bonilla, F; et al,. Introducción a las finanzas empresariales, Ediciones Pirámide. Madrid, 2020, ISBN: 9788436842302

10.2 Bibliografía complementaria

- Durbán Oliva, Salvador, Finanzas corporativas, Ediciones Pirámide. Madrid, 2020, ISBN: 9788436842067
- Apuntes propios de la asignatura y casos prácticos propuestos
- Omeñaca Garcia, Jesus. Contabilidad general deusto. 13ª edición actualizada
- Plan general de contabilidad. ACCID.