

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

501312 - GESTIÓ FINANCERA PEL MÀRQUETING

Informació general

- Curs acadèmic 2025/26
- Departament: Empresa
- Tipus d'assignatura: Obligatòria
- Curs: Tercer
- Trimestre: Tercer
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
 - Joan Carles Fajardo Laredo <jfajardo@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Català

Els materials docents podent estar en català ,castellà i anglès.

Presentació de l'assignatura

Assignatura que pretén dotar de coneixements en l'àrea financera de l'empresa a través de l'anàlisi econòmica i comptable, el finançament, el rendiment econòmic i la inversió.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiem que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- CB3. Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.

Específica

- CE6. Sintetitzar i avaluar les estratègies de màrqueting per a la internacionalització de l'activitat empresarial.
- CE8. Sintetitzar idees per convertir-les en negocis factibles i rendibles entenent el mercat actual.
- CE11. Aplicar els coneixements per emprendre projectes de negocis que permetin la creació de noves empreses o la millora de les ja existents, aplicant idees innovadores i creatives.
- CE15. Reunir i interpretar dades significatives per a emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'àmbit empresarial i ser capaç d'elaborar un document que permeti transmetre informació o una proposta empresarial innovadora.

General

- CG1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.

Transversal

- CT4. Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària.

No definides

Continguts

Introducció: Màrqueting i finances

Tema 1. Anàlisi economicofinancera de l'empresa

Anàlisi econòmica

- Anàlisi del compte del resultat i principals ràtios
- La rendibilitat econòmica
- Llindars de rendibilitat : el punt mort i el palanquejament operatiu

Anàlisi financera

- El balanç de situació: estructura econòmica i financera de l'empresa
- Principals ràtios: endeutament, solvència i liquiditat
- Ràtios operatius

Tema 2. Planificació economico-financera

Diferents nivells de planificació

El pla financer

- Estats financers previsionals
- Pressupost de tresoreria

Tema 3. Gestió de l'actiu circulant i finançament a curt termini

L'objectiu de la liquiditat

Gestió de la Tresoreria (Cash Management)

Gestió del compte de clients

Gestió de l'inventari

Finançament a curt termini

Tema 4. Valoració d'inversions

El flux de caixa d'un projecte

VAN, TIR i Índex de Rendibilitat

Termini de recuperació

Tema 5. El finançament a llarg termini

Capital vs. Deute: criteris de selecció

Fons de finançament

Efectes de l'endeutament

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 04 - Educació de qualitat

Activitats i Sistema d'avaluació

Sistema d'avaluació:

SE4. Examen final	50%
SE1. Anàlisi de casos - seminaris (no recuperable)	20%

SE2. Treball en grup (20%) (no recuperable)	30%
SE3. Presentació i defensa (10%) (no recuperable)	

Es realitzarà un examen final que suposarà el 50% de la nota final, amb una nota mínima de 4.

Anàlisi de casos - seminaris: 20% de la nota final.

Treball en grup i Presentació i defensa. Cas pràctic avaluable: 30% de la nota final (es valorarà la memòria, la presentació (MS Power Point), l'exposició, la defensa i la qualitat de les preguntes).

EXAMEN RECUPERACIÓ: En cas que un estudiant hagi suspès podrà anar a la recuperació, realitzant novament l'examen sencer. La nota corresponent a l'avaluació continuada (la resta d'activitats avaluables que no són l'examen final) no és recuperable i es mantindrà a l'hora d'efectuar el càlcul de la nota final.

Un alumne que no s'hagi presentat a la primera convocatòria NO pot presentar-se a la recuperació.

Bibliografia i Recursos

- Amat, Oriol (2008): "Anàlisi integral d'empreses", Profit Editorial, Barcelona.
- Brealey, Richard; Myers, Stewart; y Allen, Franklin (2010). Principios de finanzas corporativas. 9ª edición. Madrid, McGraw-Hill (O versión más reciente).
- Kotler, Philip y Keller, Kevin (2016) Dirección de Marketing. Ed. 15ª. Pearson Educación, México.
- Eslava, José de Jaime (2013). Finanzas para el marketing y las ventas. Cómo planificar y controlar la gestión comercial. ESIC Editorial, Madrid.
- Martínez Abascal, Eduardo (2011). Finanzas para directivos. McGraw-Hill España.
- Massons, Joan (2010). Finanzas para profesionales de marketing y ventas. Deusto.