

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

501312 - GESTIÓ FINANCERA PEL MÀRQUETING

Informació general

- Curs acadèmic 2026/27
- 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 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 resultats 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

- 05 - Igualtat de gènere
- 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 per poder-lo superar.

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

Treball en grup i Presentació i defensa presencial. 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.

Qualsevol forma de frau acadèmic serà sancionada d'acord amb la normativa d'avaluació del centre. En cas que es detectin indicis de frau, inclòs l'ús indegut d'eines d'intel·ligència artificial generativa, el professorat de l'assignatura podrà convocar l'estudiant a una entrevista individual amb l'objectiu de verificar-ne l'autoria.

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.