



Finanzas para el
marketing y la
comunicación
Grado en Marketing
2024-25



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Finanzas para el marketing y la comunicación

Titulación: Grado en Marketing

Carácter: Básica

Idioma: Español-castellano

Modalidad: Presencial / Virtual

Créditos: 6 ECTS

Curso: 2024-25

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: D. Romualdo Pablo García Miguel

1. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

1.1. Conocimientos y contenidos

K1. Comprender los conceptos generales de comunicación, economía, estadística, administración y dirección de empresas que se aplican en la disciplina del marketing, así como las técnicas y variables para el desarrollo de estrategias de comunicación comercial y las de ventas.

1.2. Habilidades y destrezas

H1. Utilizar las dimensiones de producto, precio, distribución y comunicación en la ideación de estrategias de marketing en función de una serie de objetivos.

H2. Interpretar los conceptos básicos del ámbito de la estadística, la economía, el neuromarketing y las finanzas como agentes que influyen e interactúan con la actividad empresarial y, especialmente, en la ejecución de acciones de marketing.

H4. Revisar planes de marketing y de comunicación teniendo en cuenta las variables del marketing y la empresa.

1.3. Competencias y capacidades

C1. Diseñar planes de marketing teniendo en cuenta las variables de precio, producto, distribución y comunicación para la comercialización y venta de bienes o servicios.

C2. Desarrollar soluciones de marketing y comunicación basadas en el conocimiento económico, estadístico, legal y empresarial y de neuromarketing del entorno del producto y así tomar decisiones para su adecuación en el mercado.

C3. Evaluar la gestión, los diferentes tipos de contenido y de experiencia de marca, así como los puntos de contacto, para su creación y distribución dentro de las estrategias de marketing de una empresa y generar fidelidad hacia la marca por parte del consumidor.

C4. Implementar planes de marketing especializado y comunicación para desarrollar la comercialización de un bien o servicio de ese ámbito.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

Fundamentos de la lógica contable, mercaderías, gastos de gestión para la interpretación de los impuestos, balances y cuentas de resultados.

2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

Presentación de la asignatura y explicación de la Guía Docente.

Tema 1: Fundamentos de la lógica contable

La empresa y sus necesidades de información

La Contabilidad

El patrimonio de la empresa: masas patrimoniales

Normativa aplicable: El Código de Comercio y el Plan General de Contabilidad

Principios contables

Criterios de valoración

Las Cuentas Anuales

Cuadro de Cuentas

La cuenta como instrumento de registro

la partida doble

Tema 2: Información contable

Los libros contables: libro diario, libro mayor

Los estados contables: las Cuentas Anuales.

La auditoría financiera

Tema 3: El Activo

Criterios de valoración.

Activo corriente

Activo no corriente

El inmovilizado y su amortización

Valoración de existencias

Tema 4: Patrimonio Neto y Pasivo

Patrimonio Neto

Pasivo no corriente

Pasivo corriente

Constitución de la empresa

Tema 5: Cuenta de Pérdidas y Ganancias

Principios básicos: devengo y prudencia

Resultado de explotación

Resultado financiero

El gasto de personal. La nómina

Tema 6: Análisis de la información financiera

El fondo de maniobra

Análisis de balances: principales ratios

El concurso de acreedores

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Ejercicio en grupo (máximo 4 alumnos) en el que deberán investigar un acontecimiento empresarial relevante desde el punto de vista financiero, analizando sus causas y consecuencias.

Ejercicio en grupo (máximo 4 alumnos): identificar y clasificar adecuadamente distintos elementos patrimoniales. Elaboración del Balance de Situación y Cuenta de Pérdidas y Ganancias

3 ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍAS DOCENTES

3.1 Materia con carácter presencial

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	(% presencialidad) Horas presenciales (8-12)
AF1 Clases de teoría y práctica	45	45 (100%)
AF2 Trabajo personal del alumno	90	0 (0%)
AF3 Tutorías	7,5	7,5 (100%)
AF4 Evaluación	7,5	7,5 (100%)
Total	150	60

3.2 Materia con carácter virtual

MATERIA CON CARÁCTER VIRTUAL	ACTIVIDADES FORMATIVAS	¿Es síncrona?	Horas totales	Horas de interactividad síncrona
	AF1 Clases de teoría y práctica	Sí	45	9 (20%)
	AF2 Trabajo personal del alumno	No	90	0 (0%)
	AF3 Tutorías	Sí	7,5	4,5(60%)
	AF4 Evaluación	Sí	7,5	1,5 (20%)
	Total		150	15

4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

4.1 Sistemas de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente, de acuerdo a lo dispuesto en el art. 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE 18de septiembre), por el que se establece el Sistema Europeo de Créditos y el sistema de Calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y su validez en todo el territorio nacional.

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder de 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso sólo se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

4.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria	
Modalidad: Presencial	Ponderación
SE1 Asistencia, y participación	10%
SE2 Prueba parcial	10%
SE3 Actividades académicas dirigidas	30%
SE4 Prueba objetiva final	50%
Total	100%

Convocatoria extraordinaria	
Modalidad: Presencial	Ponderación
SE1 Asistencia, y participación	10%
SE3 Actividades académicas dirigidas	30%
SE4 Prueba final	60%
Total	100%

Convocatoria ordinaria	
Modalidad: Virtual	Ponderación
SE5 Participación en foros y otras actividades tutorizadas	15%
SE3 Actividades académicas dirigidas	35%
SE4 Prueba final	50%
Total	100%

Convocatoria extraordinaria	
Modalidad: Virtual	Ponderación
SE3 Actividades académicas dirigidas	40%
SE4 Prueba final	60%
Total	100%

4.3 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

4.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

5 BIBLIOGRAFÍA

- Jesús Omeñaca. Contabilidad General. Editorial Deusto.
- Jesús Omeñaca. Supuestos prácticos de contabilidad financiera y de sociedades. Editorial Deusto.
- Plan General de Contabilidad. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas
- Recursos web:
 - o <https://www.icac.gob.es/contabilidad/normativas/nacionales>
 - o <https://www.plangeneralcontable.com/>

6. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. Romualdo Pablo Garcia Miguel
Departamento	Departamento en Publicidad
Titulación académica	Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales
Correo electrónico	rgarcimi@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Comencé mi carrera profesional en Arthur Andersen (actual Deloitte) realizando tareas de auditoría financiera y consultoría en multitud de empresas. En este período compatibilicé mi trabajo con la impartición de la asignatura semestral de Auditoría en el Grado de ADE de la Universidad Europea. Igualmente, formé parte del profesorado del Master de Auditoría y Contabilidad de la Universidad Complutense de Madrid. Posteriormente trabajé para Mediápolis, una central de compra de medios publicitarios, como director administrativo. Actualmente presto mis servicios en la agencia de publicidad DDB perteneciente a la multinacional Omnicom, como director financiero de la oficina de Madrid.</p>
---	---