



Finanzas para el marketing
y la comunicación / Finance
for Marketing and
Communication

Grado en Marketing
2023-24



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Finanzas para el Marketing y la Comunicación / Finance for Marketing and Communication

Titulación: Grado en Marketing

Curso académica: 2023-24

Carácter: Básica

Idioma: Español / Inglés

Modalidad: **Presencial** / a distancia

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Romualdo García Miguel

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- 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.
- 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.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relacionados con la empresa.
-
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
-
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad en cada área específica de conocimiento.
-
- Compilar, discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.
-
- Conocer los conceptos básicos del ámbito de la Economía y la Empresa que influyen e interactúan con la actividad empresarial.

1.2. Resultados de aprendizaje

El alumno, al finalizar esta materia, deberá saber investigar y analizar la información financiera de una empresa.

CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

La asignatura ofrece una visión general de la función financiera de la empresa. Se estudian diferentes aspectos del área financiera de las empresas, así como las técnicas e instrumentos necesarios. A través de casos prácticos, se analiza la información financiera obtenida de las cuentas anuales y otros estados complementarios y sus consecuencias con respecto al marketing de la empresa para la posterior toma de decisiones.

FINANCE FOR MARKETING AND COMMUNICATION: The subject offers a general view of the financial function of the company. Several aspects of the financial area of companies are studied, as well as the required techniques and instruments. Through practical cases, the financial information obtained from the annual accounts and other complementary statements is analyzed together with its consequences concerning the company marketing for the subsequent taking of decisions.

2.3. Contenido detallado

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.

- Balance de sumas y saldos.
- Balance de situación
- Pérdidas y ganancias

Tema 3: El Activo

Criterios de valoración.

Activo no corriente: inmovilizado y su amortización

Activo corriente: existencias, realizable y disponible

Valoración mercaderías

Deterioro del inmovilizado, existencias y clientes

Tema 4: Patrimonio Neto y Pasivo

Patrimonio Neto

Pasivo no corriente

Pasivo corriente

Constitución de la empresa

Tema 5: Cuenta de Pérdidas y Ganancias

Estructura

Gastos e ingresos. Diferencia entre gasto e inversión

Principios básicos: devengo y prudencia

Registro contable de gastos

Registro contable de ingresos

Tema 6: Análisis de la información financiera

Análisis de balances: principales ratios

El concurso de acreedores

Análisis de PyG

La Auditoría y el Registro Mercantil

2.4. Actividades Dirigidas

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

Ejercicio en grupo (4 alumnos) en el que deberán realizar, partiendo de un supuesto contable, los correspondiente asientos del Libro Diario, Libro Mayor, y construir el Balance si situación y Cuenta de Pérdidas y Ganancias

2.5. Actividades formativas

Modalidad Presencial

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica (30%)	45	100%
AF2	Trabajo personal del alumno (50%)	75	0%
AF3	Tutorías (10%)	15	50%
AF4	Evaluación (10%)	15	50%

Modalidad A Distancia

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF5	Estudio, comprensión y evaluación de la materia (40%)	60	0%
AF6	Trabajos, proyectos y prácticas a desarrollar (50%)	75	0%
AF7	Tutorías (10%)	15	0%

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 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.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria Ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)	10%
Examen final o trabajo final presencial	50%

Modalidad: A Distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	50%
Participación en las actividades programadas	20%

Convocatoria Extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	60%

Modalidad: A Distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	60%

3.3. 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, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar 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, siempre en la convocatoria extraordinaria.

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.

3.4. 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 autoría 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.

4. 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/>

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Romualdo García Miguel
Departamento	Publicidad y Marketing
Titulación académica	Licenciado en Ciencias Económicas
Correo electrónico	@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa.
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora después de clase o por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Comencé mi carrera profesional en Arthur Andersen (actual Deloitte) centrandome mis tareas en el sector de comunicaciones y servicios, y también en el área sanitaria. Las principales tareas fueron la revisión de Cuentas Anuales y Control Interno para la emisión del correspondiente Informe de Auditoría, así como diversos trabajos de consultoría</p> <p>En este período compatibilicé mi trabajo con la impartición de la asignatura cuatrimestral 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, en el módulo impartido por Arthur Andersen.</p> <p>Posteriormente fui director administrativo en Mediapolis, una central de compra de medios publicitarios.</p> <p>Actualmente presto mis servicios en la agencia de publicidad DDB, como director financiero de la oficina de Madrid.</p>