

Administración y Dirección  
de EMPRESAS

UFV



**Programa Internacional**

**[DIPLOMA DE ESPECIALISTA EN MARKETING FINANCIERO]**

**FEBRERO - JUNIO 2016**

## [I] DIPLOMA DE ESPECIALISTA EN MARKETING FINANCIERO

Si eres alumno universitario, y buscas una experiencia internacional, que enriquezca tu experiencia vital, amplíe tus horizontes profesionales, destaque e impulse tu perfil académico, al mismo tiempo que te gradúas con tu generación, en la Universidad Francisco de Vitoria en Madrid, te brindamos la oportunidad de hacerlo.

Desde el Grado en Administración y Dirección de Empresas en la Ufv proponemos un programa semestral y convalidable en tu universidad de origen, a través del cual proporcionamos a los alumnos los conocimientos, recursos y destrezas necesarios para desarrollar competencias y habilidades profesionales que les preparen para desarrollar su trabajo en un futuro en un entorno competitivo en el ámbito de la gestión empresarial.

Estás ante un momento importante de tu carrera universitaria en el que tienes la oportunidad de aportar una diferencia a tu perfil profesional a través de una experiencia internacional. Si además tienes inquietud por el mundo de la empresa te presento la posibilidad de conseguirlo en Madrid en la Universidad Francisco de Vitoria durante tu etapa universitaria.

El **Diploma de Especialista en Marketing Financiero**, está orientado a todos los alumnos internacionales de grado que durante su período de intercambio quieran especializarse en este ámbito de la gestión.

La administración y gestión eficaz de una fuerza de ventas comienza con un líder calificado que potencie lo mejor de su equipo y se comprometa a conseguir los objetivos fijados por la empresa.

Realizar una gestión efectiva de las relaciones con los clientes, el control en la estructura y una buena definición de la estrategia de ventas se ha convertido en una necesidad para el posicionamiento de la empresa en el mercado. Para ello el conocer las herramientas que posibiliten dicha gestión y el soporte de componentes tecnológicos, es fundamental a la hora de desarrollar las habilidades y capacidades del equipo de ventas para la optimización de los procesos.

La vida en Madrid sumada a una completa integración en el día a día en el campus de la Universidad Francisco de Vitoria a través de las actividades extracurriculares que se ofrecen a lo largo del semestre, así como la experiencia académica internacional y la acreditación de estos estudios con un Título Propio Europeo convierten a este Diploma en una opción extraordinaria para la internacionalización de los estudiantes.

## [II] FICHA TÉCNICA

**Perfil del Alumno:** Dirigido a alumnos de grado de últimos semestres de las áreas de Negocios , Finanzas, Administración y Marketing.

**Idioma:** Castellano

**Modalidad:** Presencial

**Duración:** Semestral, de febrero a junio de 2016

**Carga Académica:** 21 ECTS

**Convalidación de Créditos:** A cargo de la institución de Origen por materias similares y/u optativas.

**Lugar:** Campus Universidad Francisco de Vitoria. Madrid

**Titulación:** Título Propio UFV. Diploma especialización en Marketing Financiero.

**Metodología:** Eminentemente práctico, ya que a lo largo del programa, los alumnos desarrollan con las prácticas sus habilidades analíticas y de toma de decisiones, que les asegura:

- Consolidar sus conocimientos sobre los diferentes aspectos a tener en cuenta en la gestión de una empresa del sector financiero.
- Conocer la gestión para la calidad como ventaja competitiva.
- Desarrollar un pensamiento lateral e innovador que pueda aportar oportunidades de negocio.

### Prerrequisitos:

Los alumnos que decidan cursar este programa deben estar altamente motivados hacia una salida profesional enfocada al marketing financiero y con interés en conocer las claves de la gestión y la comunicación en entornos de administración y finanzas.

## [II] PLAN DE ESTUDIOS

### **Segundo Semestre (Febrero – Junio 2016)**

#### GESTIÓN DE BANCOS E INSTITUCIONES FINANCIERAS..... 3 ECTS

El momento actual de las Entidades Financieras en España y con carácter general a nivel internacional hace que esta asignatura cobre una especial relevancia. Por efectos de la crisis financiera y económica internacional se ha puesto de manifiesto la necesidad de una mayor Regulación y Supervisión bancaria. Los antecedentes de rescates financieros por parte de los gobiernos casos como (USA, U.K, Irlanda y otros) han puesto de manifiesto mas allá de los efectos de la crisis anteriormente citados y de los problemas nacionales de sus economías y de sus sistemas financieros la necesidad de dotar de un marco regulatorio generalmente aceptado como es las normas conocidas como Basilea III consistentes en reforzar la liquidez y la solvencia de las Entidades Financieras.

#### GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL COMO VENTAJA COMPETITIVA EN MARKETNG ..... 6 ECTS

Con esta asignatura pretendemos que el alumno sea capaz de organizar y planificar el marketing y la gestión de empresas a partir de los conceptos básicos de la calidad en el entorno empresarial así como de los diferentes modelos y normas que le son de aplicación a las empresas en un entorno competitivo de los negocios.

#### GESTIÓN, DIRECCIÓN Y CONTROL DE FUERZAS DE VENTAS ..... 3 ECTS

Como bien indica su nombre, la asignatura constituye el corazón del diploma de Especialista en Gestión y Fuerza de Ventas. La venta profesional, sea como ejercicio individual o como dirección de equipos, requiere a partes iguales una formación teórica y grandes dosis de experiencia. La parte teórica de la asignatura trata de formar en aquellas competencias necesarias para quien es el puente humano entre la empresa y sus clientes: empatía, capacidad de escucha, orientación a la acción y al cumplimiento de objetivos y una fuerte presencia de lo ético como marco de referencia de las responsabilidades que adquiere el vendedor con su propia empresa y con sus clientes. La experiencia se hace muy presente en la asignatura mediante un atractivo taller en el que la *metodología del role playing* enfrenta al estudiante de manera muy realista con todas las situaciones del proceso de ventas, desde el primer contacto “a puerta fría” hasta el cierre satisfactorio de ventas.

#### INTERNET COMO NUEVO ESCENARIO DE RELACIÓN..... 3 ECTS

Bajo el mismo paradigma de Comunicación Integral, la asignatura de “Internet como nuevo escenario de relación” expone los nuevos canales de relación digital con el consumidor. Sin embargo, no se trata tan sólo de describir unos canales, sino de comprender la psicología y comportamiento de esos consumidores a los que en justicia denominamos “nativo digital”. Se contemplan tres grandes escenarios de relación: aquellos en los que la Marca es el emisor explícito y especialmente cuando lo hace a través de su sitio web; el nuevo y aún poco explorado escenario de diálogo de la Marca con los consumidores en las redes sociales; el comportamiento del consumidor en el comercio electrónico

**[DIPLOMA DE ESPECIALISTA EN MARKETING FINANCIERO] 2016****COMUNICACIÓN “BELOW THE LINE” ..... 3 ECTS**

Below the Line (BtL) designa en el argot profesional el conjunto de herramientas de comunicación de marketing que son diferentes y complementarias a la publicidad convencional en los medios. Un amplio abanico que comprende herramientas tan dispares como los eventos, patrocinios, promociones o marketing directo, tanto en sus expresiones físicas como digitales. Herramientas que, en conjunto, están adquiriendo una importancia creciente en las estrategias y presupuestos de comunicación de las marcas.

Este plantel de herramientas, aun siendo tan diverso, debe estar armonizado bajo el paraguas común de la Comunicación Integral de la Marca o lo que se conoce como Comunicación 360º.

La asignatura se imparte bajo esos principios de Integralidad de Marca y con el sentido práctico de que todas estas herramientas deben ser “comunicación que provoca respuesta” y que, en definitiva, genera un impulso a las ventas.

**MARKETING FINANCIERO Y BANCARIO ..... 3 ECTS**

Esta asignatura, resulta fundamental para el desarrollo de la función de la gestión de las relaciones de intercambio entre las entidades financieras y sus diversos stakeholders.

La asignatura permite acercar al estudiante, tanto desde un punto de vista teórico como práctico, al estudio y aplicación del marketing en el sector financiero. De manera específica, desarrollando los contenidos siguientes:

- Marketing OPERATIVO en el sector financiero: Oferta del producto financiero y su precio. Diseño del punto de venta y estrategia de comunicación.
- Implementación marketing RELACIONAL: captación y retención de clientes bancarios.
- Marketing CORPORATIVO: definición de la imagen corporativa e identidad visual.

**TOTAL CRÉDITOS FEB-JUN..... 21 ECTS**

*(210 h\*) Horas lectivas presenciales con el profesor.*