



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

# GUÍA DOCENTE DE FINANZAS PARA MÁRKETING 2024-25

## DATOS GENERALES ASIGNATURA

<b>Nombre:</b>	FINANZAS PARA MARKETING
<b>Código:</b>	801928 (MCD)
<b>Curso:</b>	2024-2025
<b>Titulación:</b>	Grado en Marketing y Comunicación Digital
<b>N.º de créditos (ECTS):</b>	6
<b>Ubicación en el plan de estudios:</b>	3er Curso, 2º cuatrimestre
<b>Departamento:</b>	Dirección Financiera, Control de Gestión y Contabilidad
<b>Responsable departamento:</b>	Dr. Pere Gómez
<b>Fecha de la última revisión:</b>	Julio 2024
<b>Profesor Responsable:</b>	Dr. Pere Gómez Prof. José María Sartorio

### 1. DESCRIPCIÓN GENERAL

---

El objetivo de la asignatura es transmitir los conocimientos teóricos y prácticos que necesita un profesional del marketing y la comunicación en relación con la contabilidad y las finanzas como usuario. Conocer los estados financieros básicos y poder hacer un análisis sobre los mismos. Desarrollar los conceptos de los presupuestos comerciales y su elaboración. Determinar los resultados específicos de cada área de actuación mediante la estructura de ingresos, costes y gastos. A los conceptos generales de naturaleza financiera y de costes se añadirán aquellos que por su naturaleza resulten más prácticos para el profesional del marketing y la comunicación.

### 2. OBJETIVOS

---

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Conocer y aplicar conceptos básicos de contabilidad y finanzas en un contexto de marketing y comunicación.
- Comprender los estados financieros clave que conforman las cuentas anuales de las sociedades. Especialmente el balance y la cuenta de resultados.
- Tomar decisiones sobre precios basadas en costes marginales y márgenes.
- Conocer los diferentes márgenes de contribución del producto.
- Calcular el punto de *break even* para uno y varios productos.
- Conocer la naturaleza básica de los costes y su imputación a producto
- Aplicar los conceptos teóricos a casos prácticos basados en supuestos reales.
- Abordar desde una perspectiva financiera la planificación de marketing, el presupuesto, los indicadores clave y las desviaciones.
- Ser capaz de organizar y analizar información para la toma de decisiones.

### 3. CONTENIDOS

---

#### TEMA 1. INTRODUCCIÓN

##### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Conocer el alcance de la asignatura y su contenido.
- Conocer los objetivos fundamentales de aprendizaje y métodos de trabajo.
- Conocer el sistema de evaluación de la asignatura.

##### Contenido

- 1.1 Presentación de la asignatura.
- 1.2 Contenido de la asignatura.
- 1.3 Sistema de evaluación.

#### TEMA 2 BALANCE DE SITUACIÓN

##### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Conocer la composición y estructura del Balance de Situación.
- Identificar las principales masas patrimoniales, su composición y clasificación.
- Conocer y practicar los movimientos de balance y las equivalencias de balance compensadas.
- Calcular los porcentajes verticales y horizontales del Balance de Situación.

##### Contenido

- 2.1 Introducción.
- 2.2 La estructura de balance.
- 2.3 Masas patrimoniales y criterios de clasificación.
- 2.4 Equivalencias de balance compensadas.
- 2.5 Casos y ejercicios.

## TEMA 3 CUENTA DE RESULTADOS

### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Conocer la composición y estructura de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
- Diferenciar entre compras y coste de mercancías vendidas.
- Diferenciar los diferentes tipos de resultados: de explotación (BAII) antes de impuestos (BAI) y resultado neto.
- Identificar y practicar las equivalencias no compensadas con impacto en Patrimonio Neto.
- Conocer e interpretar la relación entre la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y el Balance de situación a través del resultado del ejercicio.
- Calcular los % verticales y horizontales de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

### Contenido

- 3.1 Introducción.
- 3.2 El concepto de ingreso y gasto.
- 3.3 La cuenta de pérdidas y ganancias.
- 3.4 El coste de mercaderías vendidas.
- 3.5 Equivalencias contables con impacto en el patrimonio neto.
- 3.6 Casos y ejercicios.

## TEMA 4 LIQUIDEZ

### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Realizar e interpretar los porcentajes verticales y horizontales sobre los estados financieros.
- Comprender el impacto de las ventas en la gestión del circulante y las necesidades operativas de fondos (NOF).
- Analizar la situación de liquidez, solvencia y rentabilidad a través del análisis de ratios financieros.
- Calcular e interpretar la gestión de circulante de la compañía y el cálculo del período de maduración.

## Contenido

- 4.1 Introducción.
- 4.2 Fono e maniobra.
- 4.3 Necesidades operativas de fondos.
- 4.4 Ratios de liquidez.
- 4.5 Ratios de gestión de circulante: rotaciones.
- 4.6 Periodo de madurez.

## TEMA 5 SOLVENCIA

### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Conocer las fuentes básicas de financiación de la empresa.
- Distinguir entre pasivos corrientes y no corrientes.
- Interpretar la situación de solvencia de una compañía a través de la interpretación de los % verticales y horizontales y sus ratios de solvencia.
- Practicar mediante casos los conceptos aprendidos.

## Contenido

- 5.1 Introducción.
- 5.2 Financiación propia y financiación ajena.
- 5.3 Ratios de endeudamiento, solvencia y estructura de la deuda.
- 5.4 Cobertura de intereses y deuda.
- 5.5 Interpretación de los ratios.
- 5.6 Casos prácticos para consolidar los conceptos y la interpretación de los ratios.

## TEMA 6 RENTABILIDAD

### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Distinguir entre rentabilidad económica (ROA) y rentabilidad financiera (ROE).
- Descomponer el ROA en sus componentes de margen y rotación.
- Descomponer el ROE en sus componentes de margen rotación y efecto apalancamiento.
- Interpretar las causas de las diferencias de rentabilidad entre ejercicios y el sector.

## Contenido

- 6.1 Introducción.
- 6.2 Financiación propia y financiación ajena.
- 6.3 Ratios de endeudamiento, solvencia y estructura de la deuda.
- 6.4 Cobertura de intereses y deuda.
- 6.5 Interpretación de los ratios
- 6.6 Casos prácticos para consolidar los conceptos y la interpretación de los ratios.

## TEMA 7 CONSOLIDACIÓN DEL ANÁLISIS FINANCIERO

### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Consolidar los conceptos aprendidos en los temas anteriores.
- Interrelacionar los conceptos de liquidez, solvencia y rentabilidad para poder hacer un diagnóstico global de la situación de una empresa, tanto en términos de estructura financiera como de rentabilidad.

### Contenido

- 7.1 Casos prácticos integradores de los contenidos del bloque.

## TEMA 8 INTRODUCCIÓN A LOS COSTES

### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Distinguir los principales sistemas y tipos de costes.
- Conocer los sistemas Direct y Full Costing para valoración de existencias.
- Calcular el Coste de Mercancías Vendidas y cuentas de resultados con cada uno de los sistemas.

### Contenido

- 8.1 Tipos de costes por naturaleza y comportamiento.
- 8.2 Costes de producción y no producción.
- 8.3 El sistema de costes Full Costing.
- 8.4 El sistema de costes Direct Costing.
- 8.5 Cálculo del coste de producción y de las existencias.

## TEMA 9 PRECIO- VOLUMEN I

### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Diferenciar el Margen Bruto, el Margen de Contribución y el Margen de explotación.
- Tomar decisiones marginales sobre precios y ventas utilizando el margen de contribución. Horizontes a corto y largo plazo.

### Contenido

- 9.1 Tipos de márgenes y su utilidad.
- 9.2 Horizontes de decisión: corto y largo plazo.
- 9.3 Cálculo del *Break Even* con un producto.
- 9.4 Cálculo del *Break Even* con un mix de productos.

## TEMA 10 PRECIO-VOLUMEN II

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Entender y aplicar el concepto de coste diferencial y coste relevante.
- Calcular el punto de *break even* en unidades y valor para uno o varios productos.
- Diferenciar márgenes relevantes según el horizonte temporal y nivel de pedidos de la fábrica.

### Contenido

- 10.1 Análisis marginal de precios y ventas.
- 10.2 Costes relevantes.
- 10.3 Decisiones con costes relevantes.
- 10.4 Casos prácticos de consolidación.
- 10.5 Conclusiones y reflexiones finales.

## TEMA 11 PRESUPUESTOS E INDICADORES COMERCIALES

### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Entender el concepto de presupuesto comercial y las variables que intervienen.
- Comprender e identificar las diferentes fases del ciclo presupuestario.

- Comprender el papel clave de las previsiones de ventas y la previsión de precios y cantidades.
- Conocer e interpretar algunos de los ratios de seguimiento comercial.

## Contenido

- 11.1 El concepto presupuesto como guía a corto plazo de la organización.
- 11.2 Elementos del presupuesto comercial.
- 11.3 El ciclo presupuestario: participantes e información relevante.
- 11.4 Indicadores de presupuesto y comerciales.
- 11.5 Caso práctico integrador.

## TEMA 12. REFLEXIONES FINALES Y CONCLUSIONES

### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Integrar los diferentes temas y conceptos desarrollados durante el curso.
- Efectuar un análisis completo, con foco comercial, de la situación financiera de una empresa, punto de equilibrio y rentabilidad y márgenes por producto.
- Interrelacionar los diferentes bloques del curso.

## Contenido

- 12.1 Caso de repaso integrador TOMBUCTÚ.
- 12.2 Preparación examen.
- 12.3 Conclusiones.

## 4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

---

### Grupo presencial:

Se fundamenta en clases expositivas participativas que requieren la lectura por adelantado de los distintos temas y el visionado del vídeo resumen del tema. Para la siguiente sesión se pide a los alumnos que trabajen sobre un caso práctico determinado que se discute posteriormente en aula. En cada sesión se da el marco y el contenido teórico para poder desarrollar los ejercicios para la siguiente sesión.

Las principales actividades que se realizan son:

- Actividades de resolución de problemas, participación en debates y resolución de casos.
- Análisis y discusión individual o en equipo de casos prácticos o ejercicios relacionados con los contenidos de la materia.
- Presentación de temas de actualidad vinculados con la asignatura y la realidad empresarial.
- Trabajo en grupo/cooperativo con asistencia del profesor.
- Tutorías de apoyo presencial o virtual, y resolución de casos en vídeo según las necesidades de la clase.

Es obligatorio que el estudiante lleve a clase un ordenador o tablet para realizar los ejercicios.

### **Grupo semipresencial:**

Previamente a la sesión el alumno dispone de la presentación, el video del tema caso práctico para trabajar fuera de aula, todo ello publicado en el campus virtual. Con las prácticas en clase y los trabajos en casa se espera reafirmar los conceptos y procedimientos que se han presentado en las sesiones presenciales. Estas sesiones sirven también para presentar nuevos conceptos del programa, clarificar dudas e indicar las actividades a realizar durante el siguiente período. Dado que el tiempo entre sesiones es mayor, también lo es la carga de casos y ejercicios a realizar. El alumno cuenta con la asistencia virtual del profesor mediante reuniones ad-hoc o correos según las necesidades específicas.

Las principales actividades que se realizan son:

- Clases participativas en las que se refuerzan los conceptos teóricos del programa, se resuelven los casos prácticos y se da respuesta a las dudas. En estas sesiones, se establecen también los siguientes pasos a seguir.
- Visionado de videos y revisión del material en el campus. En esta modalidad es imprescindible venir a clase con las presentaciones del tema leídas y el vídeo del tema leído, ya que el tiempo dedicado a teoría en las sesiones es menor.
- Trabajo de los casos prácticos entre sesiones, individualmente o en equipo.
- Trabajo de equipo realizado sin asistencia presencial del profesor.
- Tutorías de apoyo y resolución de casos en vídeo según las necesidades de la clase.

Es obligatorio que el estudiante lleve a clase un ordenador o tablet para realizar los ejercicios.

## 5. EVALUACIÓN

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado del estudiantado. Un 40% de la nota se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 60% porcentaje restante, del examen final presencial. El examen final tiene dos convocatorias.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

- **NF = Nota Examen Final x 60% + Nota Evaluación Continuada x 40%**
- Nota mínima del examen final para calcular la NF será de 40 puntos sobre 100.
- La asignatura queda aprobada con una NF igual o superior a 50 puntos sobre 100.

### Grupo presencial:

Tipo de actividad	Descripción	% Evaluación continua	
<b>Entregas:</b>			<b>30%</b>
Caso práctico	entrega_bloque1_tema2	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque1_tema3	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque2_tema4	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque2_tema5	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque2_tema6	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque2_tema7	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque3_tema8	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque3_tema9	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque3_tema10	3,0%	
Caso práctico	entrega_bloque3_tema11	3,0%	
Trabajo en equipo	Análisis financiero de una empresa	35%	
Examen parcial	Bloques 1 y 2	35%	
<b>Questionarios:</b>			<b>10%</b>
TEST 1	Bloque 1	33,0%	
TEST 2	Bloque 2	33,5%	
TEST 3	Bloque 3	33,5%	
<b>Examen final:</b>			<b>60 %</b>
	Examen final	100%	

## Grupo semipresencial:

Tipo de actividad	Descripción	% Evaluación continua	
<b>Entregas:</b>			<b>30%</b>
Caso práctico	entrega_bloque1_tema2	3,8%	
Caso práctico	entrega_bloque1_tema3	3,8%	
Caso práctico	entrega_bloque2_tema4	3,8%	
Caso práctico	entrega_bloque2_tema5	3,8%	
Caso práctico	entrega_bloque2_tema6	3,8%	
Caso práctico	entrega_bloque3_tema8	3,8%	
Caso práctico	entrega_bloque3_tema10	3,8%	
Caso práctico	entrega_bloque3_tema11	3,4%	
Trabajo en equipo	Análisis financiero de una empresa	35%	
Examen parcial	Bloques 1 y 2	35%	
<b>Cuestionarios:</b>			<b>10%</b>
TEST 1	Bloque 1	33,0%	
TEST 2	Bloque 2	33,5%	
TEST 3	Bloque 3	33,5%	
<b>Examen final:</b>			<b>60 %</b>
	Examen final	100%	

## 6. BIBLIOGRAFÍA

### 6.1. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

De Jaime, J (2015). Finanzas para el marketing y las ventas. ESIC.

### 6.2. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Amat Salas, O. (2010). Contabilidad y finanzas para no financieros [on line].

Amat Salas, O. (2009). Análisis de Estados Financieros. Ediciones Gestión 2000

Amat Salas, O. (2008). Comprender la Contabilidad y las Finanzas. Ediciones Gestión 2000

Aguar Díaz, I. (2009) – Finanzas Corporativas en la práctica. Delta Publicaciones Universitarias.

PGC actualizado con RD 2021 (se aporta como recurso).

Ruiz, D (2019). Finanzas aplicadas al marketing. Economía y Empresa. Editorial Pirámide, Madrid.