



Universidad
Carlos III de Madrid

DENOMINACIÓN ASIGNATURA: Marketing Financiero y de Servicios		
GRADO: Finanzas y Contabilidad	CURSO: 4to	CUATRIMESTRE: Segundo

CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA								
SE- MA- NA	SE- SIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA SESIÓN	GRUPO (Marcar X)		Indicar espacio necesario distinto aula (aula inform, audiovisual etc..)	TRABAJO DEL ALUMNO DURANTE LA SEMANA		
			GRAN- DE	PE- QUE- ÑO		DESCRIPCIÓN	HORAS PRESEN- CIALES	HORAS TRABJO Semana Máximo 7 H
1	1	Introducción a la asignatura. Marketing y la función comercial. Marketing estratégico y operativo	X				1,5	
1	2	PRACTICAS: Análisis de casos y artículos y/o presentaciones		X			1,5	
2	3	Marketing de servicios. Servicios vs productos. Servucción.	X				1,5	
2	4	PRACTICAS: Análisis de casos y artículos y/o presentaciones		X			1,5	
3	5	Marketing de servicios financieros	X				1,5	
3	6	PRACTICAS: Análisis de casos y artículos y/o presentaciones		X			1,5	
4	7	Estrategias de marketing en el sector financiero	X				1,5	

4	8	PRACTICAS: Análisis de casos y artículos y/o presentaciones		X			1,5	
5	9	Calidad de servicio, gestión y modelos	X				1,5	
5	10	PRACTICAS: Análisis de casos y artículos y/o presentaciones		X			1,5	
6	11	Calidad de servicio, gestión y modelos (continuación)	X				1,5	
6	12	PRACTICAS: Análisis de casos y artículos y/o presentaciones		X			1,5	
7	13	Comportamiento del consumidor de entidades financieras	X				1,5	
7	14	PRACTICAS: Análisis de casos y artículos y/o presentaciones		X			1,5	
8	15	Comportamiento del consumidor de entidades financieras (continuación)	X				1,5	
8	16	PRACTICAS: Análisis de casos y artículos y/o presentaciones		X			1,5	
9	17	El cliente del sector financiero: Gestión de relaciones rentables, satisfacción y lealtad	X				1,5	
9	18	PRACTICAS: Análisis de casos y artículos y/o presentaciones		X			1,5	
10	19	El cliente del sector financiero: Gestión de relaciones rentables, satisfacción y lealtad (continuación)	X				1,5	
10	20	PRACTICAS: Análisis de casos y artículos y/o presentaciones		X			1,5	
11	21	Variables clave en marketing: precio, producto, distribución y comunicación	X				1,5	
11	22	PRACTICAS: Análisis de casos y artículos y/o presentaciones		X			1,5	

12	23	Temas clave sobre la Distribución	X				1,5	
12	24	PRACTICAS: Análisis de casos y artículos y/o presentaciones		X			1,5	
13	25	Temas clave sobre Comunicación	X				1,5	
13	26	PRACTICAS: Análisis de casos y artículos y/o presentaciones		X			1,5	
14	27	Las otras Ps	X				1,5	
14	28	PRACTICAS: Sesión concluyente y revisión del aprendizaje		X			1,5	
SUBTOTAL							42	+ 68 = 110
15		Recuperaciones, tutorías, entrega de trabajos, etc						
16-18		Preparación de evaluación y evaluación					3	
							150	