

**Gestión Financiera y Económica / Financial Management
(Modalidad presencial)**

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Obligatoria / Compulsory subject
Organización temporal		Curso 1; Semestre 1
Modalidad		Presencial
Idioma		Castellano e inglés / Spanish and English
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto de las finanzas y la economía en el marketing y las ventas. • Análisis de las necesidades de información económico-financiera para la dirección de marketing internacional. • Evaluación de proyectos de inversión en mercados locales e internacionales. • Análisis financiero para la toma de decisiones. • Gestión de presupuestos de marketing y ventas. • Evaluación del rendimiento de las acciones de marketing. • Análisis de la rentabilidad del cliente. <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Impact of finance and economics on marketing and sales. • Analysis of economic and financial information needs for international marketing management. • Evaluation of investment projects in local and international markets. • Financial analysis for decision-making. • Management of marketing and sales budgets. • Evaluation of marketing action's performance. • Customer profitability analysis. 	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC04 Describir la información contenida en el presupuesto de marketing de manera eficiente, identificando las inversiones en función de su impacto en la generación de demanda y la rentabilidad del negocio/ Describe the information contained in the marketing budget efficiently, identifying investments based on their impact on demand generation and business profitability.
	Habilidades y destrezas	HD06 Adaptar presupuestos de marketing y ventas, reasignando recursos de manera eficiente/ Adapt marketing and sales budgets, efficiently reallocating resources.
	Competencias	CP01 Desarrollar acciones de marketing éticamente correctas, teniendo en cuenta no solo el beneficio empresarial sino la perspectiva moral, la vinculación con los objetivos de desarrollo sostenible y el alineamiento con los principios y valores democráticos de los mercados internacionales para mejorar la competitividad/ Develop ethically correct marketing actions, considering not only business benefits but also the moral perspective, alignment with sustainable development goals, and alignment with the principles and democratic values of international markets to improve competitiveness. CP03 Utilizar herramientas y técnicas de evaluación financiera para analizar la viabilidad y rentabilidad de proyectos de inversión, optimizando la asignación de recursos/ Use financial evaluation tools and techniques to analyse the feasibility and profitability of investment projects, optimizing resource allocation.

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas / Participatory learning	22
Seminarios / Seminars	2
Clases prácticas / Practical lessons	22
Tutorías / Tutorials	12
Trabajo autónomo / Autonomous work	88
Prueba de evaluación final	4
Total	150

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación Final: prueba o examen presencial / Final evaluation test	50	50
Resolución de problemas / Problem resolution	10	30
Estudio de casos / Proyectos / Case studies / projects	10	30
Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities	0	10
Total	70	120

**Gestión Financiera y Económica
(Modalidad virtual)**

Número total de créditos ECTS	6	
Tipología	Obligatoria	
Organización temporal	Curso 1; Semestre 1	
Modalidad	Virtual	
Idioma	Castellano	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto de las finanzas y la economía en el marketing y las ventas. • Análisis de las necesidades de información económico-financiera para la dirección de marketing internacional. • Evaluación de proyectos de inversión en mercados locales e internacionales. • Análisis financiero para la toma de decisiones. • Gestión de presupuestos de marketing y ventas. • Evaluación del rendimiento de las acciones de marketing. • Análisis de la rentabilidad del cliente. 	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC04 Describir la información contenida en el presupuesto de marketing de manera eficiente, identificando las inversiones en función de su impacto en la generación de demanda y la rentabilidad del negocio.
	Habilidades y destrezas	HD06 Adaptar presupuestos de marketing y ventas, reasignando recursos de manera eficiente.
	Competencias	CP01 Desarrollar acciones de marketing éticamente correctas, teniendo en cuenta no solo el beneficio empresarial sino la perspectiva moral, la vinculación con los objetivos de desarrollo sostenible y el alineamiento con los principios y valores democráticos de los mercados internacionales para mejorar la competitividad. CP03 Utilizar herramientas y técnicas de evaluación financiera para analizar la viabilidad y rentabilidad de proyectos de inversión, optimizando la asignación de recursos.

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas Síncronas	10
Seminarios Síncronos	2
Clases prácticas Síncronas	10
Actividades Dirigidas Asíncronas	24
Tutorías	12
Trabajo autónomo	88
Prueba de evaluación final virtual	4
Total	150

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación final: prueba o examen virtual	50	50
Resolución problemas	10	30
Estudio casos - Proyectos	10	30
Otras actividades de evaluación continua	0	10
Total	70	120