

## ASIGNATURA DE CONTABILIDAD

<b>1. Competencias</b>	Administrar el proceso de comercialización de productos y servicios a partir del diagnóstico de mercado, estrategias de venta y herramientas administrativas, con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente, para contribuir a la competitividad y posicionamiento nacional e internacional de la organización.
<b>2. Cuatrimestre</b>	Segundo
<b>3. Horas Teóricas</b>	23
<b>4. Horas Prácticas</b>	52
<b>5. Horas Totales</b>	75
<b>6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre</b>	5
<b>7. Objetivo de Aprendizaje</b>	El alumno generará información financiera, haciendo uso de herramientas contables para apoyar la toma de decisiones en el área comercial.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
<b>I. Fundamentos de Contabilidad</b>	5	10	15
<b>II. Estados financieros</b>	5	10	15
<b>III. Contabilidad de costos</b>	8	17	25
<b>IV. Presupuestos</b>	5	15	20
<b>Totales</b>	<b>23</b>	<b>52</b>	<b>75</b>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# CONTABILIDAD

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>I. Fundamentos de Contabilidad</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	5
<b>3. Horas Prácticas</b>	10
<b>4. Horas Totales</b>	15
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno registrará movimientos contables para presentar la información financiera de acuerdo a las normas contables.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Introducción a la Contabilidad	<p>Identificar el concepto de contabilidad, su finalidad y tipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Financiera</li> <li>- Administrativa</li> <li>- De costos</li> </ul> <p>Comprender la importancia de la contabilidad en una empresa.</p> <p>Identificar la relación de la contabilidad con el área de ventas.</p>		<p>Analítico</p> <p>Responsable</p> <p>Ético</p>
Partida Doble	<p>Distinguir las cuentas que conforman un catálogo y su naturaleza:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- cuentas de activo</li> <li>- cuentas de pasivo</li> <li>- cuentas de capital</li> <li>- cuentas de ingresos</li> <li>- cuentas de egresos</li> </ul> <p>Explicar las reglas del cargo y el abono.</p>	Realizar movimientos de cargo y abono en las cuentas de acuerdo a su naturaleza.	<p>Objetivo</p> <p>Analítico</p> <p>Ético</p> <p>Ordenado</p> <p>Disciplinado</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# CONTABILIDAD

## PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un caso práctico del sector comercial, elaborar un reporte que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Registros contables</li> <li>- Determinación de saldos finales</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar la importancia de la contabilidad, su finalidad y tipos.</li> <li>2. Comprender la relación de la contabilidad con el área comercial.</li> <li>3. Identificar la naturaleza de las cuentas del catálogo.</li> <li>4. Realizar registros contables.</li> </ol>	<p>Ejercicios prácticos</p> <p>Lista de cotejo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# CONTABILIDAD

## PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de casos Realización de trabajos de investigación Ejercicios prácticos	Computadora Pintarrón Cañón Impresos

### ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# CONTABILIDAD

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>II. Estados Financieros</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	5
<b>3. Horas Prácticas</b>	10
<b>4. Horas Totales</b>	15
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno integrará estados financieros de una organización comercial para apoyar en la toma de decisiones.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Conceptos básicos de los Estados Financieros	Describir el concepto, importancia y objetivo de los estados financieros: - Estado de situación financiera - Estado de resultados		Objetivo Analítico Ético Ordenado Disciplinado
Estado de Situación Financiera	Identificar las cuentas básicas del Estado de Situación Financiera.  Identificar la estructura del Estado de Situación Financiera: - Encabezado: nombre de la empresa, nombre del estado financiero y fecha. - Cuerpo - Pie del balance	Elaborar Estados de Situación Financiera a partir del saldo de las cuentas.	Objetivo Analítico Ético Ordenado Disciplinado Manejo de estrés Paciente

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Estado de Resultados	<p>Identificar la estructura del Estado de Resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Encabezado: nombre de la empresa, nombre del estado financiero y periodo</li> <li>- Cuerpo</li> <li>- Firmas</li> </ul> <p>Identificar las cuentas básicas del Estado de Resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ventas</li> <li>-Costo de ventas</li> <li>-Gastos</li> <li>-Utilidades</li> </ul>	Integrar el Estado de Resultados a partir de los saldos en las cuentas.	<p>Objetivo</p> <p>Analítico</p> <p>Ético</p> <p>Ordenado</p> <p>Disciplinado</p> <p>Manejo de estrés</p> <p>Organizado</p> <p>Paciente</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# CONTABILIDAD

## PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
Integrar un portafolio de casos prácticos del sector comercial que contenga: - 5 Estados de Situación Financiera - 5 Estados de Resultados	1. Comprender el concepto, importancia y objetivo de los estados financieros.  2. Distinguir las cuentas y estructura de los estados financieros.  3. Elaborar estados financieros.	Ejercidos prácticos  Lista de cotejo

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# CONTABILIDAD

## PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Ejercicios prácticos Realización de trabajos de investigación Solución de problemas	Computadora Pintarrón Cañón Impresos

## ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# CONTABILIDAD

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>III. Contabilidad de Costos</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	8
<b>3. Horas Prácticas</b>	17
<b>4. Horas Totales</b>	25
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno calculará el costo de un producto para contribuir a la toma de decisiones comerciales.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Elementos del costo de producción	Describir los conceptos del costo de producción: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Materia prima</li> <li>- Mano de obra</li> <li>- Costos indirectos.</li> </ul>		Sistemático Analítico Organizado Responsable
Comportamiento de los costos	Describir el concepto de costos, sus tipos y características: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Por su función</li> <li>- Por su comportamiento</li> <li>- Por su identificación</li> <li>- Por el tiempo</li> </ul> Explicar el procedimiento para determinar el costo de productos.	Calcular el costo total y unitario de producto.	Sistemático Analítico Organizado Responsable Paciente

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Métodos de valuación de inventarios	<p>Definir los conceptos de inventario inicial, inventario final, en proceso y deseado.</p> <p>Identificar los métodos de valuación de inventarios y sus características:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Primeras entradas, primeras salidas (PEPS)</li> <li>- Promedio</li> </ul>	Calcular el valor de los inventarios aplicando los diferentes métodos de evaluación.	<p>Sistemático</p> <p>Analítico</p> <p>Organizado</p> <p>Responsable</p> <p>Paciente</p>
Estado de costo de producción y ventas	<p>Comprender la importancia y utilidad del Estado de Costo de Producción y ventas.</p> <p>Identificar la estructura del Estado de Costo de Producción y ventas;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Encabezado: Nombre de la empresa, nombre del estado financiero y periodo que presenta.</li> <li>-Cuerpo</li> <li>-Firmas</li> </ul> <p>Identificar las cuentas del Estado de Costo de producción y ventas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Inventarios</li> <li>-Compras de materia prima</li> <li>-Costos indirectos de fabricación</li> <li>-Ventas</li> </ul>	Integrar el Estado de Costo de Producción y Ventas.	<p>Objetivo</p> <p>Analítico</p> <p>Ético</p> <p>Ordenado</p> <p>Disciplinado</p> <p>Manejo de estrés</p> <p>Organizado</p> <p>Sistemático</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Paciente</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# CONTABILIDAD

## PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
A partir de una práctica sobre el sector comercial, elaborar un reporte que incluya: - Determinación del valor de los inventarios, justificando el método seleccionado. - Estado de costo de producción y de ventas. - Informe de costo total y unitario.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Comprender los conceptos de costo de producción</li><li>2. Identificar los tipos de costos</li><li>3. Comprender los métodos de valuación de inventarios.</li><li>4. Comprender el procedimiento de elaboración del Estado de costo de producción y ventas.</li><li>5. Comprender los conceptos de inventario inicial, final, en proceso y deseado.</li></ol>	Ejercicios prácticos  Lista de cotejo

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# CONTABILIDAD

## PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de casos Realización de trabajos de investigación Solución de problemas	Computadora Pintarrón Cañón Impresos

## ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# CONTABILIDAD

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>IV. Presupuestos</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	5
<b>3. Horas Prácticas</b>	15
<b>4. Horas Totales</b>	20
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno elaborará el presupuesto maestro para determinar los lineamientos de operación en el área comercial.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Conceptos básicos	Explicar el concepto de presupuesto y su importancia.		Sistemático Analítico Organizado
Tipos de Presupuestos	<p>Identificar los elementos que integran un presupuesto: ingreso, costo y gasto.</p> <p>Distinguir los tipos de presupuestos :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maestro</li> <li>- Base cero</li> </ul> <p>Describir el procedimiento de elaboración del presupuesto maestro:</p> <p>Ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Producción</li> <li>- Materiales requeridos</li> <li>- Compras</li> <li>- Mano de obra</li> <li>- Costos indirectos de fabricación</li> <li>- Gastos de operación</li> </ul>	Elaborar presupuestos maestros.	<p>Objetivo</p> <p>Analítico</p> <p>Ético</p> <p>Ordenado</p> <p>Disciplinado</p> <p>Manejo de estrés</p> <p>Organizado</p> <p>Sistemático</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Paciente</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# CONTABILIDAD

## PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un caso práctico del sector comercial, elaborar un presupuesto maestro que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ventas</li> <li>- Producción</li> <li>- Materiales requeridos</li> <li>- Compras</li> <li>- Mano de obra</li> <li>- Costos indirectos de fabricación</li> <li>- Gastos de operación</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender el concepto e importancia de presupuesto</li> <li>2. Identificar los elementos que integran el presupuesto.</li> <li>3. Identificar los tipos de presupuesto</li> <li>4. Comprender el procedimiento de elaboración del presupuesto maestro</li> <li>5. Elaborar el presupuesto maestro</li> </ol>	<p>Ejercicios prácticos</p> <p>Lista de cotejo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# CONTABILIDAD

## PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Realización de trabajos de investigación Análisis de casos Ejercicios prácticos	Impresos Cañón Computadora Pintarrón Hoja de cálculo

### ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

## CONTABILIDAD

### CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Capacidad	Criterios de Desempeño
Diagnosticar la situación de la empresa a través del uso de herramientas financieras, administrativas y de investigación, así como análisis de las áreas funcionales, para planificar el proceso de comercialización	<p>Elabora un diagnóstico de la empresa que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- filosofía organizacional</li> <li>- objetivos organizacionales</li> <li>- análisis financiero:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Método Vertical                   <ul style="list-style-type: none"> <li>* Razones financieras</li> <li>* Porcientos integrales</li> <li>* Punto crítico</li> </ul> </li> <li>- Método horizontal                   <ul style="list-style-type: none"> <li>*Tendencias</li> <li>* Variaciones porcentuales</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>- capacidad instalada</li> <li>- posicionamiento en el mercado</li> <li>- análisis del producto</li> <li>- canales de distribución</li> <li>- competitividad de la fuerza de ventas</li> <li>- comportamiento de la cartera de clientes</li> <li>- percepción de los públicos</li> <li>- identifica fortalezas y debilidades.</li> </ul>
Determinar el posicionamiento de la competencia mediante el estudio de sus ventajas competitivas, debilidades, uso de métodos y técnicas, para identificar las oportunidades de la organización en el mercado.	<p>Entrega un análisis de la competencia que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación en el mercado</li> <li>- Posicionamiento en el mercado</li> <li>- Matriz de ventajas competitivas y comparativas:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- precio,</li> <li>- calidad del producto,</li> <li>- calidad en el servicio,</li> <li>- canales de distribución,</li> <li>- tiempo de entrega,</li> <li>- publicidad,</li> <li>- condiciones de pago,</li> <li>- seguimiento posventa</li> </ul> </li> <li>- Análisis e interpretación de resultados</li> <li>- Detección de oportunidades</li> </ul>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

Capacidad	Criterios de Desempeño
Realizar investigaciones de mercado nacionales e internacionales mediante un análisis del entorno y el uso de métodos cuantitativos y cualitativos, para la toma de decisiones comerciales	Presenta un informe de la investigación de mercados que contenga: - Resumen Ejecutivo - Planteamiento de la Investigación (problema, objetivo, hipótesis, metodología de la investigación, propuesta técnica, instrumento para la recolección de información) - Recolección y tratamiento de datos - Análisis e Interpretación de Resultados - Conclusiones y Recomendaciones
Formular ideas de negocios nacionales e internacionales a través de la metodología de proyectos de negocios, para aprovechar las oportunidades detectadas	Presenta un anteproyecto a nivel perfil que contenga: Resumen Ejecutivo Definición del bien o servicio Análisis de Mercado Análisis Técnico: - organizacional, - legal, - producción, - impacto ambiental Análisis Financiero Análisis de pre factibilidad Conclusiones
Elaborar programas de ventas con base en pronósticos de ventas, y mediante el análisis de recursos y el diseño de estrategias, para lograr las metas comerciales.	Elabora un programa de ventas que contenga: - Pronóstico - Objetivos - Metas - Estrategias - Presupuestos - Calendarización de Actividades

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# CONTABILIDAD

## FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Calvo Langarica, César	(2012)	<i>Análisis e interpretación de Estados Financieros</i>	Ciudad de México	México	Publicaciones Administrativas Contables Jurídicas ISBN: 9786077583530
García Colín, Juan	(2013)	<i>Contabilidad de costos</i>	Ciudad de México	México	McGraw Hill ISBN: 9786071509390
Lara Flores, Elías y Lara Ramírez, Leticia	(2015)	<i>Primer curso de contabilidad</i>	Ciudad de México	México	Trillas ISBN: 9786071727008
Ramírez Padilla, David Noel	(2013)	<i>Contabilidad Administrativa</i>	Ciudad de México	México	McGraw Hill ISBN: 9786071508454
Rodríguez Morales, Leopoldo	(2012)	<i>Análisis de Estados Financieros</i>	Ciudad de México	México	McGraw Hill ISBN: 9786071507396

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	