


ASIGNATURA DE CONTABILIDAD

1. Competencias	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.
2. Cuatrimestre	Segundo
3. Horas Teóricas	23
4. Horas Prácticas	52
5. Horas Totales	75
6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	5
7. Objetivo de Aprendizaje	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
I. Fundamentos de Contabilidad	5	10	15
II. Estados financieros	5	10	15
III. Contabilidad de costos	8	17	25
IV. Presupuestos	5	15	20
Totales	23	52	75


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

CONTABILIDAD

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	I. Fundamentos de Contabilidad
2. Horas Teóricas	5
3. Horas Prácticas	10
4. Horas Totales	15
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	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"> - Financiera - Administrativa - De costos <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"> - cuentas de activo - cuentas de pasivo - cuentas de capital - cuentas de ingresos - cuentas de egresos <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>

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

CONTABILIDAD

PROCESO DE EVALUACIÓN

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

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

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


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

CONTABILIDAD


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	II. Estados Financieros
2. Horas Teóricas	5
3. Horas Prácticas	10
4. Horas Totales	15
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	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

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	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"> -Encabezado: nombre de la empresa, nombre del estado financiero y periodo - Cuerpo - Firmas <p>Identificar las cuentas básicas del Estado de Resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ventas -Costo de ventas -Gastos -Utilidades 	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>

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

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


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

CONTABILIDAD


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	III. Contabilidad de Costos
2. Horas Teóricas	8
3. Horas Prácticas	17
4. Horas Totales	25
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	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: - Materia prima - Mano de obra - Costos indirectos.		Sistemático Analítico Organizado Responsable
Comportamiento de los costos	Describir el concepto de costos, sus tipos y características: - Por su función - Por su comportamiento - Por su identificación - Por el tiempo Explicar el procedimiento para determinar el costo de productos.	Calcular el costo total y unitario de producto.	Sistemático Analítico Organizado Responsable Paciente

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	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"> - Primeras entradas, primeras salidas (PEPS) - Promedio 	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"> - Encabezado: Nombre de la empresa, nombre del estado financiero y periodo que presenta. -Cuerpo -Firmas <p>Identificar las cuentas del Estado de Costo de producción y ventas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Inventarios -Compras de materia prima -Costos indirectos de fabricación -Ventas 	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>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	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">1. Comprender los conceptos de costo de producción2. Identificar los tipos de costos3. Comprender los métodos de valuación de inventarios.4. Comprender el procedimiento de elaboración del Estado de costo de producción y ventas.5. Comprender los conceptos de inventario inicial, final, en proceso y deseado.	Ejercicios prácticos Lista de cotejo

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


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


CONTABILIDAD

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	IV. Presupuestos
2. Horas Teóricas	5
3. Horas Prácticas	15
4. Horas Totales	20
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	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"> - Maestro - Base cero <p>Describir el procedimiento de elaboración del presupuesto maestro:</p> <p>Ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Producción - Materiales requeridos - Compras - Mano de obra - Costos indirectos de fabricación - Gastos de operación 	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>


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

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	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"> - Ventas - Producción - Materiales requeridos - Compras - Mano de obra - Costos indirectos de fabricación - Gastos de operación 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender el concepto e importancia de presupuesto 2. Identificar los elementos que integran el presupuesto. 3. Identificar los tipos de presupuesto 4. Comprender el procedimiento de elaboración del presupuesto maestro 5. Elaborar el presupuesto maestro 	<p>Ejercicios prácticos</p> <p>Lista de cotejo</p>

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

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	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"> - filosofía organizacional - objetivos organizacionales - análisis financiero: <ul style="list-style-type: none"> - Método Vertical <ul style="list-style-type: none"> * Razones financieras * Porcientos integrales * Punto crítico - Método horizontal <ul style="list-style-type: none"> *Tendencias * Variaciones porcentuales - capacidad instalada - posicionamiento en el mercado - análisis del producto - canales de distribución - competitividad de la fuerza de ventas - comportamiento de la cartera de clientes - percepción de los públicos - identifica fortalezas y debilidades.
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"> - Participación en el mercado - Posicionamiento en el mercado - Matriz de ventajas competitivas y comparativas: <ul style="list-style-type: none"> - precio, - calidad del producto, - calidad en el servicio, - canales de distribución, - tiempo de entrega, - publicidad, - condiciones de pago, - seguimiento posventa - Análisis e interpretación de resultados - Detección de oportunidades

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

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

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