



Universidad Autónoma del Estado de México

Facultad de Contaduría y Administración

Licenciatura en Mercadotecnia



PROGRAMA DE ESTUDIOS
DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Información financiera

Elaboró: M. en Edu. Yeestia Yeenaxhi Arellano Ayala
M. en Aud. Ana María Ramírez Pareja
Dr. En Edu. Alejandro Hernández Suárez

Fecha de
aprobación:

H. Consejo Académico
17 de abril de 2018

H. Consejo de Gobierno
17 de abril de 2018

Facultad de Contaduría y Administración





I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte

**Facultad de Contaduría y Administración
Unidad Académica Profesional Acolman**

Estudios profesionales

Licenciatura en Mercadotecnia, 2018

Unidad de aprendizaje

Información financiera

Clave

Carga académica

3

Horas
teóricas

1

Horas
prácticas

4

Total de
horas

7

Créditos

Período escolar en que se ubica

1

2

3

4

5

6

7

8

9

Seriación

Ninguna

UA Antecedente

Ninguna

UA Consecuente

Tipo

Curso

x





II. Presentación del programa de estudios.

En la actualidad, el ámbito profesional empresarial se caracteriza por la colaboración multidisciplinar, lo cual, nos obliga a poseer conocimientos de diversas áreas, que nos permitan interactuar con otros profesionistas y enriquecer el trabajo colaborativo. La información financiera representa un factor vital en el mundo de los negocios, por tanto, para la mercadotecnia.

La Unidad de Aprendizaje Información Financiera pretende proporcionar al alumno de la Licenciatura en Mercadotecnia, las herramientas y los conocimientos básicos necesarios para la generación, análisis e interpretación de la información financiera de cualquier empresa, con el fin de que pueda utilizarla de manera eficaz en la generación de estrategias comerciales que redunden en la obtención o incremento de las utilidades.

III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

Núcleo de formación:

Básico

Área curricular:

Contaduría y finanzas

Carácter de la UA:

Obligatoria





IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Son objetivos de la licenciatura formar profesionales con un alto sentido de responsabilidad, de ética y de servicio, con una visión integral para mejorar la comercialización de bienes tangibles e intangibles y así contribuir a:

Generales

- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base de la creatividad.
- Evaluar el progreso, integración e incertidumbre de las ciencias, ante la creciente complejidad de las profesiones.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Tomar decisiones y formular soluciones racionales, éticas y estéticas.
- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y de apertura al mundo.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.

Particulares

- Aplicar las condiciones legales, económicas y políticas en materia de mercado para la adecuada distribución y posicionamiento de un bien tangible o intangible en el contexto nacional e internacional.
- Satisfacer las necesidades o deseos de los clientes mediante la identificación de sus preferencias a través de la investigación de mercados para posicionar un producto tangible o intangible y/o una marca en un segmento específico.
- Desarrollar programas de pronóstico y presupuesto de bienes tangibles e intangibles a través de la identificación de canales de distribución, segmentación de mercados, estrategias de precios y comunicación de la promoción para pronosticar ventas, estimular compras y evolucionar en el campo de la mercadotecnia.





Objetivos del núcleo de formación:

Promoverá en el alumno el aprendizaje de las bases contextuales, teóricas y filosóficas de sus estudios, la adquisición de una cultura universitaria en las ciencias y las humanidades, y el desarrollo de las capacidades intelectuales indispensables para la preparación y ejercicio profesional, o para diversas situaciones de la vida personal y social.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Aplicar métodos de contabilidad y finanzas a través de estados financieros, balance general, estado de resultados, presupuestos y flujos de efectivo para generar, evaluar e interpretar información financiera que permita a las organizaciones alcanzar los objetivos establecidos en el área de marketing, así como hacer cambios en el diseño y precios de sus productos para lograr que se mantengan a largo plazo en los mercados con un margen de utilidad satisfactorio basado en la confiabilidad de la información.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Proyectar estados financieros, de inversión y financiamiento en un entorno económico caracterizado por el cambio, la globalización, el avance tecnológico y la sustentabilidad de las organizaciones para emitir recomendaciones sobre las principales decisiones de operación.





VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.

Unidad 1. La Contabilidad, el origen de la información financiera

Objetivo: Definir los conceptos esenciales relacionados con la Información Financiera conociendo la normatividad vigente que la rige tanto en el ámbito nacional como internacional, para su posterior aplicación.

Temas:

- 1.1 Definición de Contabilidad
- 1.2 Definición de Información Financiera
- 1.3 Normas de Información Financiera
 - 1.3.1 Definición
 - 1.3.2 Entidad Responsable de su elaboración y publicación
 - 1.3.3 Clasificación
 - 1.3.4 Convergencia con las Normas Internacionales de Información Financiera
- 1.4 Estructura Básica de la Contabilidad Financiera(NIF A-1)
- 1.5 Postulados Básicos (NIF A-2)
- 1.6 Estados Financieros Básicos (NIF A-3)
- 1.7 Características cualitativas de la Información Financiera (NIF. A-4)
- 1.8 Elementos de los Estados Financieros (NIF A-5)
- 1.9 Usuarios de la Información Financiera





Unidad 2. Estructura Financiera de la entidad económica

Objetivo: Describir los elementos que conforman la estructura Financiera de la entidad económica, mediante su conceptualización y clasificación, para su posterior incorporación en los Estados Financieros.

Temas:

- 2.1 Activo: Recursos de la entidad
 - 2.1.1 Concepto
 - 2.1.2 Clasificación
- 2.2 Pasivo: Fuente externa de recursos
 - 2.2.1 Concepto
 - 2.2.2 Clasificación
- 2.3 Capital Contable: Fuente interna de recursos
 - 2.3.1. Concepto
 - 2.3.2 Clasificación
- 2.4 Ingresos
 - 2.4.1 Concepto
 - 2.4.2. Clasificación
- 2.5 Costos y gastos
 - 2.5.1 Conceptos
 - 2.5.2. Clasificación
- 2.6. Utilidad o Pérdida Neta
- 2.7. O. R. I.
- 2.8. Resultado Integral

Unidad 3. Introducción a los Estados Financieros

Objetivo: Identificar los estados financieros básicos de una entidad económica, analizando su estructura con el fin de poder elaborarlos y analizarlos.

Temas:

- 3.1 Definición de Estados Financieros
 - 3.2 Objetivos de los Estados Financieros
 - 3.3 Estados Financieros Básicos
 - 3.3.1 Definición de los cuatro estados financieros básicos.
- 3.4 Estado de Situación Financiera (Balance General)
 - 3.4.1 Estructura
 - 3.4.2 Formas de presentación
 - 3.4.3 Elaboración
- 3.5 Estado de Resultados Integral
 - 3.5.1 Estructura
 - 3.5.2 Elaboración





Unidad 4. Elementos de análisis e interpretación de los Estados Financieros

Objetivo: Aplicar las razones financieras a los estados financieros, aplicando las fórmulas correspondientes, para obtener elementos de análisis útiles para la toma de decisiones encaminadas a la generación de estrategias comerciales.

Temas:

4.1. Razones Financieras

- 4.1.1 Definición
- 4.1.2 Clasificación
- 4.1.3 Fórmulas
- 4.1.4 Interpretación de resultados

4.2 Análisis de la información financiera y aplicación a la mercadotecnia.

4.3. Caso práctico integral

- 4.3.1 Elaboración de Estado de Resultados Integral
- 4.3.2 Elaboración de Estado de Situación Financiera (Balance General)
- 4.3.3 Aplicación de Razones Financieras
- 4.3.4 Interpretación de resultados
- 4.3.5 Análisis de la información Financiera obtenida y su aplicación práctica en la generación de estrategias comerciales

VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

- CINIF. (2018). Normas de Información Financiera. México: IMCP.
- Romero, J. (2014). Principios de Contabilidad. México: McGrawHill.
- Celaya, R. (2014). Contabilidad Básica, un enfoque basado en competencias. México: Cengage Learning.
- Moreno, J. (2014). Contabilidad Básica. México: Grupo Editorial Patria
- Guerrero, C. & Guerrero, F. (2011). Contabilidad para administradores. México: Grupo Editorial Patria.

Complementario:

- Ross, S., Westerfield, R. & Jaffe, J. (2014). Finanzas Corporativas. México: McGrawHill.

