



**Universidad Autónoma del Estado de México
Licenciatura en Mercadotecnia**



**PROGRAMA DE ESTUDIOS
DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

Análisis y planeación financiera

Elaboró:	Dr. en A. Pedro Enrique Lizola Margolis	Facultad de Contaduría y Administración
	Dr en C.A Filiberto Enrique Valdés Medina	Facultad de Contaduría y Administración
	M. en F. Vanessa Fernández Cortez	Facultad de Contaduría y Administración
	Dra. en A. Yenit Martínez Garduño	Centro Universitario UAEM Atlacomulco

**Fecha de
aprobación:**

H. Consejo Académico
23/01/2020

H. Consejo de Gobierno
23/01/2020

Facultad de Contaduría y Administración



FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACION
CONSEJO ACADEMICO

1



FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACION
CONSEJO DE GOBIERNO



Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	5
IV. Objetivos de la formación profesional.	7
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	8
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	9
VII. Acervo bibliográfico.	11





I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte

**Facultad De Contaduría Y Administración
Centro Universitario UAEM Amecameca**

Estudios profesionales

Licenciatura en Mercadotecnia, 2018

Unidad de aprendizaje

**Análisis y planeación
financiera**

Clave

LAMM51

Carga académica

3

Horas
teóricas

1

Horas
prácticas

4

Total de
horas

7

Créditos

Carácter

Obligatorio

Tipo

Curso

Periodo escolar

Cuarto

Área
curricular

Contaduría y finanzas

Núcleo de
formación

Sustantivo

Seriación

**Costos y presupuestos para
mercadotecnia**

Ninguna

UA Antecedente

UA Consecuente

Formación común

**Licenciatura en Administración,
2018**

X

**Licenciatura en
Contaduría, 2018**

X

**Licenciatura en
Informática Administrativa, 2018**

X





II. Presentación del programa de estudios.

La correcta elaboración de los estados financieros es importante, sin embargo, para la toma asertiva y oportuna de decisiones, es necesario realizar un análisis adecuado de la información presentada en éstos, que permita alcanzar las metas de los usuarios de dicha información.

Por lo anterior, es indispensable que el alumno conozca las herramientas y técnicas existentes para el análisis de la información financiera.

El contenido de la asignatura se llevará a cabo en un curso de cuatro horas semanales que comprende el desarrollo de tres horas teóricas y una hora práctica. Tiene como objetivo dirigir al alumno a interpretar los estados financieros, a emplearlos para la toma de decisiones y a conocer los fundamentos y técnicas de la Administración financiera con el fin de enfrentar la administración del capital de trabajo.

Cuenta con cinco unidades de aprendizaje, que se verán apoyadas a través de la elaboración de estrategias didácticas que proporcionará el docente al alumno para su seguimiento, se exige al alumno un previo estudio de ellas para que la clase sea más dinámica y participativa.

El curso requiere de la investigación, el análisis y la utilización de las técnicas y métodos, que deberán ser aplicados a través de casos o ejercicios previamente elaborados y resueltos por el docente; el curso se enriquecerá con lecturas complementarias que el docente elegirá.

Se tendrá como guía un libro de texto elegido por la academia. Para ciertos temas se usará bibliografía complementaria.

Al inicio del curso se dará a conocer a los alumnos el programa de estudios, se consensarán las normas, se comentará y calendarizará la forma de evaluación. Se sugiere que durante el desarrollo del curso, el alumno, forme un portafolio de evidencia con el material visto en clase, investigaciones, tareas, casos, ejercicios, lecturas y productos señalados en el programa.





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

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
0	Mercadotecnia 3 1 4 7	Administración de la Mercadotecnia 4 2 6 7B	Compromiso del consumidor 2 2 4 6	Mercadotecnia de servicios 2 2 4 5	Innovación y desarrollo de productos 2 2 4 5	Publicidad 1 3 4 5	Relaciones públicas 2 2 4 6	Mercadotecnia estratégica 1 2 4 5	
B	Gestión 4 0 4 8	Legislación de la Mercadotecnia 3 1 4 7	Herramientas de diseño de estrategias I 2 2 4 6	Herramientas de diseño de estrategias II 2 2 4 6	Negocios electrónicos 1 3 4 5	Estrategias de promoción de ventas 2 2 4 6	Promoción de ventas 2 2 4 6	Mercadotecnia sostenible 1 2 4 7	
L	Derecho de los negocios 3 1 4 7	Derechos y responsabilidad social 4 0 4 6	Modelos de optimización 3 1 4 7	Cadenas de distribución 2 2 4 6	Administración de la cadena de suministro 2 2 4 6	Marcas y patentes 2 2 4 6	Iniciativas de negocios 2 2 4 6	Tendencias de Mercadotecnia 1 2 4 5	
A	Habilidades financieras 3 1 4 7	Mateáticas financieras 3 1 4 7	Estadística descriptiva 3 1 4 7	Estadística inferencial 3 1 4 7	Investigación de mercados I 2 2 4 6	Investigación de mercados II 2 2 4 6	Mercadotecnia internacional 2 2 4 6	Mercadotecnia industrial 2 2 4 6	
R	Economía en los negocios 2 2 4 6	Información financiera 3 1 4 7	Costos y presupuestos para Mercadotecnia 3 1 4 7	Análisis y planeación financiera 3 1 4 7	Mercadotecnia social 3 1 4 7	Métodos y estrategias de precios 2 2 4 6	Gestión de compras 3 1 4 7	Administración estratégica 3 1 4 7	
I	Comunicación para la Mercadotecnia 4 0 4 8	Inglés 5 2 2 4 6	Capta humano 3 1 4 7	Administración de las pymes y empresa familiar 3 1 4 7	Administración de ventas y negociación 1 3 4 5	Investigativa profesional 3 1 4 7	Medios de negocios 1 3 4 6		
S									
0									
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									





Proyecto curricular de la Licenciatura en Mercadotecnia
Reestructuración, 2018
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
P									
T									
A									
T									
I									
V									
A									

Simbología

HT	Horas Teóricas
HP	Horas Prácticas
TH	Total de Horas
CR	Créditos

→ 9 líneas de selección.

* Acuerdo académica.

** Horas de las actividades académicas.

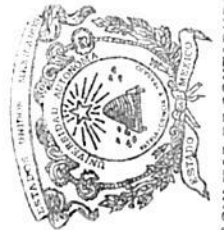
Créditos mínimos 21 y máximos 48 por periodo escolar
1 UA que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés.

	Núcleo básico obligatorio
	Núcleo sustantivo obligatorio
	Núcleo integral obligatorio
	Núcleo integral optativo

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Simbología	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 16 UA	47 49 68 113					
Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 24 UA	52 68 100 152					
Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 16 UA**	20 24 34 58					
Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 4 UA						
TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS						

UA. Obligatorias	48+2 Actividades académicas
UA. Optativas	4
UA. a acreditar	53+2 Actividades académicas
Créditos	193





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:

Desarrollará en el alumnado el dominio teórico, metodológico y axiológico del campo de conocimiento donde se inserta la profesión.

Comprenderá unidades de aprendizaje sobre los conocimientos, las habilidades y actitudes necesarias para dominar los procesos, métodos y técnicas de trabajo; los principios disciplinares y metodológicos subyacentes; y la elaboración o preparación del trabajo que permita la presentación de la evaluación profesional.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Aplicar métodos de contabilidad y finanzas para generar, evaluar e interpretar información de costos, financiera y fiscal que permita a las empresas alcanzar los objetivos establecidos en el área de marketing, así como hacer cambios en el diseño y precios de sus productos para lograr que las organizaciones o empresas se mantengan a largo plazo en los mercados con un margen de utilidad satisfactorio basado en la confiabilidad de dicha información.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Interpretar y construir escenarios económicos-financieros de corto y largo plazos, por medio de un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la organización que permitan proyectar su situación financiera, y así establecer una planeación eficiente y lograr la mejor toma de decisiones que afectan la actividad y la estructura de una empresa.





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

Unidad 1. Estados financieros, y gestión contable

Objetivo: Contextualizar, agrupar, y comprender la información derivada de los estados financieros básicos en diversos marcos temporales y de comparación, para interpretar las relaciones que guardan los distintos rubros, permitiendo la correcta comprensión de la estructura financiera

Temas:

- 1.1 Generalidades de las Finanzas
- 1.2 Sistemas de información contable
- 1.3 Estados financieros básicos
- 1.4 Aumentos y disminuciones
- 1.5 Análisis Horizontal
- 1.6 Análisis vertical

Unidad 2. Estados Financieros y su análisis

Objetivo: Analizar la liquidez, el endeudamiento, la rentabilidad, el riesgo, así como la administración del capital de trabajo de las organizaciones, para generar indicadores financieros claves que permitan la adecuada gestión financiera de las entidades.

Temas:

- 2.1 Informe para los accionistas
- 2.2 Uso de las razones financieras
- 2.3 Razones de liquidez
- 2.4 Índices de Actividad
- 2.5 Razones de endeudamiento
- 2.6 Índices de Rentabilidad
- 2.7 Razones de mercado
- 2.8 Análisis completo de razones
- 2.9 Sistema de análisis Dupont

Unidad 3. Capital de trabajo y administración de activos corrientes

Objetivo: Identificar el papel del fondeo a corto plazo en la administración del capital de trabajo, para establecer las políticas adecuadas de proveedores, inventarios, y cobranza, que permitan optimizar la rentabilidad de las organizaciones.

Temas:

- 3.1 Fundamentos del capital de trabajo neto
- 3.2 El ciclo de conversión del efectivo
- 3.3 Administración de inventarios
- 3.4 Administración de cuentas por cobrar
- 3.5 Administración de ingresos y desembolsos



Unidad 4. Apalancamiento y estructura de capital

Objetivo: Examinar la relación entre la deuda y el apalancamiento para evaluar el grado de endeudamiento de la empresa y su capacidad para cumplir con los pagos de intereses relacionados con la deuda. Revisar las características principales de las fuentes espontáneas más importantes de financiamiento a corto plazo

Temas:

- 4.1 Apalancamiento
- 4.2 La estructura de capital de la empresa
- 4.3 Pasivos Espontáneos
- 4.4 Fuentes sin garantía de préstamos a corto plazo
- 4.5 Fuentes garantizados de préstamos a corto plazo

Unidad 5. Valoración de acciones

Objetivo: Valuar el impacto de las fuentes permanentes de fondeo (a valor bursátil) en el costo de capital, con la finalidad de tomar decisiones que permitan incrementar el valor de las organizaciones.

Temas:

- 5.1 Diferencias entre el capital de deuda y el capital propio
- 5.2 Acciones comunes y preferentes
- 5.3 Valoración de acciones comunes

Unidad 6. Flujo de Efectivo y Planificación Financiera

Objetivo: Integrar los indicadores financieros clave en el modelado financiero de las organizaciones, para planificar las acciones que permitan alcanzar los objetivos y el éxito financiero en los plazos establecidos en la planeación.

Temas:

- 6.1 Análisis del Flujo de Efectivo de la Empresa
- 6.2 Proceso de la Planificación Financiera
- 6.3 Planificación de Efectivo: Presupuesto de Caja
- 6.4 Planificación de las utilidades: Estados Financieros Proforma
- 6.5 Elaboración del Estado de Resultados Proforma
- 6.6 Elaboración del Balance General Proforma
- 6.7 Evaluación de los Estados Proforma





VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

- Gitman, L. (2012) Principios de Administración Financiera. (12^a Ed.) Mexico: Pearson- Prentice Hall.
- Baca, G. & Marcelino, M. (2016) Ingeniería Financiera. (1^a Ed.) México: Grupo Editorial Patria.
- Bonson, E., Cortijo V., Flores F. (2009) Análisis de estados financieros, fundamentos teóricos y casos prácticos (1^a Ed.) España: Pearson Prentice Hall
- Wild, J., Subramanyam, K., Halsey, F. (2007) Análisis de estados financieros (9^a Ed) México: Mc Graw Hill
- Salinas J. (2011) Análisis de decisiones estratégicas en entornos inciertos, cambiantes y complejos (1^a Ed.) Argentina: Cengage Learning

Complementario:

- Díaz, M. & Parra, R. (2012). Presupuestos. Enfoque para la planeación financiera. México, primera edición. PEARSON.

