

UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA



Guía Pedagógica:

Costos y presupuestos para Mercadotecnia

Elaboró: Dra. En CEA. Rosa María Nava Rogel
M. en F. Vanessa Fernández Cortéz Fecha: 17-07-2019
M. en F. Olga Ledesma Polo

Fecha de
aprobación

H. Consejo Académico
29/08/2019

H. Consejo de Gobierno
19/09/2019



FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACION
CONSEJO ACADEMICO
FECHA DE _____

Facultad de Contaduría y Administración



FACULTAD DE CONTADUR
Y ADMINISTRACION
CONSEJO DE GOBIERN
FECHA DE _____

Índice

	Pág.
I. Datos de identificación	3
II. Presentación de la guía pedagógica	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular	4
IV. Objetivos de la formación profesional	5
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje	5
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización	6
VII. Acervo bibliográfico	31
VIII. Mapa curricular	32

I. Datos de identificación

Espacio educativo donde se imparte

**Facultad de Contaduría y
Administración, Unidad Los Uribe**

Licenciatura

Licenciatura en Mercadotecnia

Unidad de aprendizaje

**Costos y presupuestos para
Mercadotecnia**

Clave

LMER15

Carga académica

3

1

4

7

Horas teóricas

Horas prácticas

Total de horas

Créditos

Período escolar en que se ubica

1

2

3

4

5

6

7

8

9

Seriación

Información financiera

Análisis y planeación financiera

UA Antecedente

UA Consecuente

Tipo de Unidad de Aprendizaje

Curso

Curso taller

Seminario

Taller

Laboratorio

Práctica profesional

Otro tipo (especificar)

Modalidad educativa

Escolarizada. Sistema rígido

No escolarizada. Sistema virtual

Escolarizada. Sistema flexible

No escolarizada. Sistema a distancia

No escolarizada. Sistema abierto

Mixta (especificar)

Formación común

Formación equivalente

Unidad de Aprendizaje

II. Presentación de la guía pedagógica

Conforme lo indica el **Artículo 87 del** Reglamento de Estudios Profesionales vigente, la guía pedagógica es un documento que complementa al programa de estudios y no tiene carácter normativo. Proporcionará recomendaciones para la conducción del proceso de enseñanza aprendizaje. Su carácter indicativo otorgará autonomía al personal académico para la selección y empleo de los métodos, estrategias y recursos educativos que considere más apropiados para el logro de los objetivos.

Con base en la modalidad educativa en que se ofrezca cada plan y/o programa de estudios, las unidades de aprendizaje contarán con una guía pedagógica institucional que será aprobada previamente a su empleo.

La guía pedagógica de la UA de Costos y Presupuestos para Mercadotecnia será un referente para el personal académico que desempeña docencia, tutoría o asesoría académicas, o desarrolle materiales y medios para la enseñanza y el aprendizaje. En particular para el docente la guía será un instrumento que le oriente de forma sencilla en el desarrollo de sus actividades de enseñanza, así como de algunas estrategias didácticas que permitirán, que los estudiantes desarrollen las competencias propias de la UA. **Introducción Costos y Presupuestos**

El enfoque y los principios pedagógicos que guían el desarrollo de la Guía Pedagógica de la UA Costos y Presupuestos para Mercadotecnia, corresponden a la corriente constructivista del aprendizaje y la enseñanza, según la cual el aprendizaje es un proceso constructivo interno que realiza el estudiante a partir de su actividad interna y externa y, por intermediación del profesor –facilitador-, que propicia diversas situaciones de aprendizaje para facilitar la construcción de aprendizajes significativos y contextualizar el conocimiento.

Por tanto, los métodos, estrategias y recursos de enseñanza – aprendizaje está enfocada a cumplir los siguientes principios: El uso de estrategias motivacionales para influir positivamente en la disposición de aprendizaje de los estudiantes; la activación de los conocimientos previos de los estudiantes a fin de vincular lo que ya sabe con lo nuevo que va a aprender; diseñar diversas situaciones y condiciones que posibiliten diferentes tipos de aprendizaje; proponer diversas actividades de aprendizaje que brinden al estudiante diferentes oportunidades de aprendizaje y representación del contenido.

Para facilitar el aprendizaje de los contenidos y lograr los objetivos educativos, se diseñó una metodología de enseñanza centrada en el aprendizaje, para lo cual en cada una de las secuencias didácticas que integran esta guía, se incluyeron diferentes actividades de aprendizaje para que el estudiante tenga oportunidad de integrar, practicar o transferir los conocimientos adquiridos en cada unidad temática.

Asimismo, se seleccionaron los métodos, técnicas estrategias y recursos de enseñanza que se consideraron más adecuados para crear diferentes situaciones de aprendizaje con el apoyo de diferentes estímulos que incidan positivamente en la motivación del estudiante para aprender.

El objetivo de la UA es aplicar los registros contables, determinar los costos de producción y ventas para la elaboración de presupuestos con el fin de generar una utilidad máxima en los proyectos de inversión que permitan una coordinación integral de las actividades mercadológicas dentro de las organizaciones. Para ello, esta UA se divide en cuatro unidades. Se sugiere que se lleve el orden establecido, pues se han concebido bajo un esquema constructivista

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

Núcleo de formación:	Sustantivo obligatorio
Área Curricular:	Contaduría y finanzas
Carácter de la UA:	Obligatoria

IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del núcleo de formación:

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

Comprenderá unidades de aprendizaje sobre los conocimientos, 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.

Aplicar los registros contables, determinar los costos de producción y ventas para la elaboración de presupuestos con el fin de generar una utilidad máxima en los proyectos de inversión que permitan una coordinación integral de las actividades mercadológicas dentro de las organizaciones.

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

Unidad 1. Contabilidad financiera, administrativa y de costos
Objetivo: Comprender la relación de la contabilidad financiera y administrativa con la contabilidad de costos a través de casos prácticos, para la comprensión de cómo se conforman los costos de producción y ventas
Contenidos: 1.1. Importancia de los registros contables para medir los avances 1.1.1. Generación de información amplia y oportuna 1.1.2. Control de operaciones y gastos 1.1.3. Determinación correcta del costo unitario 1.2. Diferencias y similitudes entre la contabilidad financiera y administrativa 1.3. Diferencia en costos, gastos e inversión y su registro 1.4. La contabilidad de costos, importancia y componentes 1.5. Los diferentes tipos de costos: 1.5.1. Costos fijos y costos variables 1.5.2. Costos de producción, distribución, ventas, de financiamiento 1.5.3. Históricos y predeterminados 1.5.4. Del periodo y del producto 1.5.5. Controlable y no controlable 1.5.6. Relevantes y no relevantes 1.5.7. Desembolsable y de oportunidad 1.5.8. Diferenciales e incrementales 1.5.9. Evitables y no evitables 1.5.10. En la industria manufacturera y en la de servicios 1.6. Determinación del punto de equilibrio
Métodos, estrategias y recursos educativos
Métodos: <ul style="list-style-type: none">• Inductivo• Lógico• Simbolico• Exposición• Demostración• Lluvia de ideas• Estrategias <ul style="list-style-type: none">• Solución de problemas• Mapas cognitivos• Cuadro comparativo• Ilustraciones

- Analogías
- Problemario
- Prácticas

Recursos educativos

- Manual de prácticas
- Problemario
- Referencias bibliográficas
- Diapositivas

Actividades de enseñanza y de aprendizaje

Inicio	Desarrollo	Cierre
<p>Presentación. El docente se presenta al grupo a través de la dinámica de la papa caliente. Comenta sobre las expectativas del curso.</p> <p>A1. El alumno se presenta y lanza la papa caliente a otro, comentando sobre las perspectivas del curso.</p> <p>Encuadre de la unidad. Presentación del programa, objetivos, contenidos, metodología y formas de evaluación</p> <p>A2. El alumno firma de enterado el programa</p> <p>Evaluación diagnóstica: El docente aplica un cuestionario de cinco preguntas para identificar los conocimientos previos que tienen los alumnos</p> <p>A3. El alumno contesta el cuestionario y lo entrega. El docente retroalimenta al grupo sobre las áreas de oportunidad en el conocimiento</p>	<p>Lluvia de ideas: El docente pregunta ¿para qué sirven los registros contables a los que no son contadores/fiscalistas? El docente recogerá y redigirá las respuestas para que los alumnos concluyan sobre cómo los registros pueden ayudar a medir los avances en los objetivos y metas de la organización, específicamente en mercadotecnia.</p> <p>A5. Participación activa. El alumno concluye sobre cómo los registros contables pueden ayudar a medir las metas de mercadotecnia</p> <p>Discusión grupal: El docente coordina la participación de los alumnos sobre el tema que se pone en la mesa: ¿hasta dónde pueden conocer dichas mediciones las personas que son ajenas al</p>	<p>Juego de roles: El profesor solicitará que los alumnos se conformen en cuatro equipos que forman la empresa “X” dedicada a la elaboración de videos. El primero representará los accionistas; el segundo será el departamento de mercadotecnia, el tercero representa el departamento de contabilidad y el último el departamento de producción. Cada uno tiene información</p> <p>A12. Evaluación formativa: El alumno realizará la evaluación formativa con un examen sobre el proceso educativo de esta unidad de aprendizaje</p>

<p>Caso práctico: el docente presenta un caso práctico para que el alumno refuerce los conocimientos y comprenda la importancia de los costos y presupuestos para la mercadotecnia</p> <p>A4. Participación. El alumno participa activamente con comentarios e ideas sobre lo que se puede hacer con la información financiera para mercadotecnia</p>	<p>departamento? ¿y a la organización?</p> <p>A6. Participación activa. El alumno discute su punto de vista sobre las mediciones y quiénes las deben conocer</p> <p>Lectura dirigida: El docente orienta la lectura colaborativa para determinar los indicadores clave de desempeño de marketing más importantes.</p> <p>A7. Mapa mental sobre los indicadores clave de desempeño de marketing, el alumno identifica las fuentes de información contables</p> <p>Observación directa. El docente solicitará a los alumnos que observen y analicen el video “contabilidad para emprendedores: costos, gastos e inversiones”</p> <p>A8. Foro de discusión: El alumno discute sobre sus egresos personales, si son costos, gastos e inversiones, incluyendo las salidas con amigos, novio(a), etc.</p> <p>Exposición. El profesor explica sobre los diferentes tipos de costos a partir de ejemplos de casos prácticos en organizaciones del sector primario, secundario y terciario</p> <p>A9. Caso práctico. El alumno resolverá el caso práctico sobre los diferentes tipos de costos</p> <p>Exposición. A partir del</p>	
---	---	--

	<p>caso práctico, el docente explica lo que es el punto de equilibrio y su importancia para la asignación de precios como base de las decisiones estratégicas de mercadotecnia</p> <p>A10. Lectura dirigida. El alumno seguirá la lectura de “Caso práctico para calcular el punto de equilibrio de tu empresa” para reforzar el conocimiento sobre el tema</p> <p>A11. Caso Práctico: Simulación en una empresa. Trabajando con otro compañero, los alumnos escogerán una empresa mexicana de renombre y definirán el precio del principal producto, a partir del punto de equilibrio y la estrategia de mercadotecnia.</p>	
(2Hrs.)	(12Hrs.)	(2Hrs.)
Escenarios y recursos para el aprendizaje (uso del alumno)		
Escenarios	Recursos	
Aula	<ul style="list-style-type: none"> • Una bola de papel o de tela que simule la papa <ul style="list-style-type: none"> • Programa de estudios • Hoja de encuadre • Instrumento de evaluación diagnóstica <ul style="list-style-type: none"> • Rúbrica de evaluación participación considerando aspectos formativos y cognitivos • Ramírez Padilla, D.N. (2013) Contabilidad Administrativa. Un 	

Enfoque Estratégico para competir.
México: Mc Graw Hill 9º edición

- **Lectura de**
<https://mglobalmarketing.es/blog/indicadores-imprescindibles-para-un-buen-plan-de-marketing/>

- Rúbrica para evaluar mapa mental

- Ramírez Padilla, D.N. (2013) Contabilidad Administrativa. Un Enfoque Estratégico para competir. México: Mc Graw Hill 9º edición

- Video: “Contabilidad paa emprendedores: costos, gastos e inversión”

<https://www.youtube.com/watch?v=q1kKBYR4RJ0>

- Horngren, C., Datar, S. y Foster, G. (2007). Contabilidad de Costos: un enfoque gerencial. México, 12ª edición: Pearson Prentice Hall.

- Rúbrica para caso práctico

- Horngren, C., Datar, S. y Foster, G. (2007). Contabilidad de Costos: un enfoque gerencial. México, 12ª edición: Pearson Prentice Hall.

- Lectura “caso práctico para calcular el punto de equilibrio de tu empresa”

<https://www.pqs.pe/tu-negocio/caso-practico-para-calculiar-el-punto-de-equilibrio-de-tu-empresa>

- Rúbrica para caso práctico
- Sombreros, gafetes y distintivos de los departamentos del juego de roles
- Instrucciones sobre el rol de

	<p>cada estudiante.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rúbrica para evaluación formativa (incluye examen y todos los aspectos formativos).
--	---

Unidad 2. Costos de producción y ventas
--

<p>Objetivo: Determinar los costos de producción y ventas de una empresa manufacturera y una de servicios a través de casos prácticos, para entender cuáles son los elementos que delimitan y determinan un presupuesto.</p>

<p>Contenidos:</p> <p>2.1 Los sistemas de costos</p> <p style="padding-left: 20px;">2.1.1 Por órdenes de trabajo</p> <p style="padding-left: 20px;">2.1.2 Por proceso</p> <p>2.2 Costeo de materia prima</p> <p style="padding-left: 20px;">2.2.1 Método de primeras entradas primeras salidas (PEPS)</p> <p style="padding-left: 20px;">2.2.2 Método de últimas entradas primeras salidas (UEPS)</p> <p style="padding-left: 20px;">2.2.3 Método de costos promedio</p> <p style="padding-left: 20px;">2.2.4 Desperdicios y defectos</p> <p>2.3 Costeo de mano de obra</p> <p style="padding-left: 20px;">2.3.1 Costos directos e indirectos</p> <p style="padding-left: 20px;">2.3.2 Métodos de prorrato: primario, secundario y final</p> <p>2.4 Gastos indirectos de producción</p> <p style="padding-left: 20px;">2.4.1 Bases de aplicación de los Gastos Indirectos</p> <p style="padding-left: 20px;">2.4.2 Gastos Indirectos Estimados</p>

Métodos, estrategias y recursos educativos

<p>Métodos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inductivo • Lógico • Simbolico • Exposición • Demostración • Lluvia de ideas • <p>Estrategias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solución de problemas • Mapas cognitivos • Cuadro comparativo • Ilustraciones
--

- Analogías
 - Problemario
 - Pràcticas
- Recursos educativos
- Manual de pràcticas
 - Problemario
 - Referencias bibliogràficas
 - Diapositivas

Actividades de enseñaanza y de aprendizaje

Inicio	Desarrollo	Cierre
<p>Investigación de campo: El docente da a conocer los parámetros generales para visitar una empresa y conocer el proceso de costo de producción.</p> <p>A.1 Visitar una empresa para conocer su proceso de costo de producción y reportar la investigación mediante video conferencia, video foro o memoria de visita.</p> <p>Exposición, mapas cognitivos, cuadros comparativos, ilustraciones: El docente dará a conocer la base teórica de los elementos del costo, técnicas de valuación de inventarios y sistemas de costos.</p> <p>A2 El alumno lee los apuntes y contesta un cuestionario para validar el nivel de conocimiento.</p>	<p>El docente Diseña un cuestionario sobre generalidades, elementos del costo, procedimientos de procesos productivos y ordenes de producción (históricos).</p> <p>A.3 El alumno participa en la contestación del cuestionario, todos los participantes obtienen un puntaje.</p> <p>Exposición: El docente plantea, explica, resuelve y analiza casos de estudio del proceso de costos por órdenes de producción de una empresa manufacturera y una de servicio, que permita al alumno conocer la aplicación del proceso.</p> <p>A.4 El alumno realiza y presenta un video del proceso de costos por órdenes de producción</p> <p>A.5 El alumno realiza casos prácticos en los cuales desarrolla el proceso de costos por órdenes de producción para reafirmar el conocimiento.</p>	<p>Evaluación formativa: El docente realiza un cuestionario en Kahoot.com sobre metodología, problemarios y casos prácticos relacionados con: elementos del costo, técnicas de valuación de inventarios, y sistemas de costos.</p> <p>A.16 Evaluación formativa: El alumno contesta la evaluación.</p>

	<p>Exposición: El docente plantea, explica, resuelve y analiza casos de estudio del proceso de costos por procesos de producción de una empresa manufacturera y una de servicio, que permita al alumno conocer la aplicación del proceso.</p> <p>A.6 El alumno realiza un video de costos por procesos de producción.</p> <p>A.7 El alumno resuelve casos prácticos en los cuales desarrolla el sistema de costos por procesos de producción para reafirmar el conocimiento.</p> <p>Cuadro comparativo: El docente explica el primer elemento del costo y solicita que en base a los apuntes los alumnos identifiquen la diferencia entre materia prima directa y materia prima indirecta.</p> <p>Exposición; Elaborar y explicar un diagrama de flujo de documentos y departamentos involucrados en el proceso de compra.</p> <p>A.8 Resolver casos prácticos donde el alumno analice el comportamiento de la materia prima directa e indirecta.</p> <p>Problemario: El docente mediante un caso de estudio explica la técnica de valuación primeras</p>	
--	---	--

	<p>entradas primeras salidas a través del siguiente proceso: detalle de operaciones realizadas, registro en esquemas de mayor y registro en tarjetas de almacén.</p> <p>A.9 Plantear al alumno casos prácticos para reafirmar el conocimiento.</p> <p>Problemario: El docente mediante casos de estudio explica la técnica de valuación últimas entradas primeras salidas a través del siguiente proceso: detalle de operaciones realizadas, registro en esquemas de mayor y registro en tarjetas de almacén.</p> <p>A.10 El alumno realiza casos prácticos para reafirmar el conocimiento.</p> <p>Problemario: El docente mediante un caso de estudio explica la técnica de valuación costos promedio a través del siguiente proceso: detalle de operaciones realizadas, registro en esquemas de mayor y registro en tarjetas de almacén. Después plantea a los alumnos casos para reafirmar el conocimiento.</p> <p>A.11 Plantea al alumno casos prácticos para reafirmar el conocimiento.</p> <p>Exposición: Derivado</p>	
--	--	--

	<p>del propio proceso de producción dar a conocer el tratamiento contable para: desperdicios y defectos. Considerando mediante un caso de estudio: operaciones del periodo, informe de producción, esquemas de mayor y valuación de la producción.</p> <p>A.12 Plantea al alumno casos de estudio para reafirmar el conocimiento.</p> <p>Exposición: El docente explica el segundo elemento del costo y solicita que en base a los apuntes el alumno identifique la mano de obra directa e indirecta.</p> <p>Caso Práctico: Después exponer un caso de estudio de control y aplicación de las horas de mano de obra y costo por hora de acuerdo a normatividad Ley Federal del Trabajo (LFT), Ley de seguridad social (LSS).</p> <p>A.13 Plantear casos prácticos donde el alumno analice el comportamiento de la mano de obra directa e indirecta.</p> <p>Cuadro comparativo, diagrama, exposición: El docente explica los costos directos e indirectos de mano de obra. Explica la distribución de costos directos e indirectos de mano de obra entre varios departamentos a</p>	
--	--	--

	<p>través de los diferentes métodos de prorrateo.</p> <p>A.14 Trabajo en equipo: Realizar un cortometraje o video</p> <p>Caso Práctico: El docente desarrolla los métodos de prorrateo primario, secundario y final de mano de obra.</p> <p>Problemario: Plantear las bases de aplicación de los gastos indirectos, gastos indirectos estimados. Considera casos prácticos para los prorrateos y solicita al alumno desarrolle los siguientes productos: resumen de prorrateo primario, secundario, final y registro en esquemas de mayor</p> <p>A.15 El alumno realiza casos prácticos para reafirmar el conocimiento</p>	
(4Hrs.)	(10Hrs.)	(2Hrs.)
Escenarios y recursos para el aprendizaje (uso del alumno)		
Escenarios		Recursos
<p>Aula</p> <p>Sala de cómputo</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de visita a empresa y gestión de trámites relacionados. • Video conferencia, Video foro, Memoria de visita. • Mediante redes sociales crear un grupo de trabajo • Enviar material didáctico. • Bibliografía: Horngren C.T, Datar S.M. y Rajan M.V., Contabilidad de Costos, Un enfoque gerencial, Prentice Hall 2012. • Rojas C. ML. Contabilidad de costos en industrias de

	<p>transformación, Manual teórico-práctico, IMCP, 2012.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kaplan R. y Cooper R. Coste y efecto: cómo usar el ABC, el ABM y el ABB para mejorar la gestión, los procesos y la rentabilidad, Madrid, Edit. Gestión 2000. • Cuestionario. • Crear cuestionario para aplicación electrónica <p>https://kahoot.com/, https://www.daypo.com/, https://www.schoology.com/</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de pintarrón, proyector, TICs • Video de una empresa o cortometraje. • Uso de pintarrón, proyector, TICs (excell, Access). • Video de una empresa, cortometraje. • Video, Cortometraje) • Presentación en Power Point, PDF, Video. • Cuestionario para aplicación electrónica • https://kahoot.com/,
--	--

<p>Unidad 3. El presupuesto</p>
<p>Objetivo: Determinar las características de los diversos tipos de presupuestos, a partir del análisis de ejemplos, para comprender el uso que tienen en la toma de decisiones de las organizaciones</p>
<p>3.1 Planeación estratégica</p> <p>3.2 Definición de presupuesto</p> <p>3.3 Clasificación del presupuesto</p> <p>3.4 Parámetros del presupuesto:</p> <p> 3.4.1 Información histórica y características empresariales</p> <p> 3.4.2 Tendencias y evaluación del entorno</p> <p> 3.4.3 Políticas de niveles de inventario, de plazo a clientes, de plazo a</p>

proveedores y administración de salarios

3.4.4 Indicadores regionales

3.4.5 Indicadores sectoriales

3.4.6 Indicadores macroeconómicos

3.5 Requerimientos de un programa integral (relación entre contabilidad y presupuesto)

3.6 Análisis de variaciones y desviaciones

Métodos, estrategias y recursos educativos

Métodos:

- Inductivo
- Lógico
- Activo
- Exposición
- Analítico
- Lluvia de ideas
- Individual

Estrategias

- Dinámicas grupales
- Cuadro sinóptico
- Investigación
- Resumen
- Ensayo

Recursos educativos

- Videos
- Cuestionario
- Referencias bibliográficas
- Diapositivas

Actividades de enseñanza y de aprendizaje

Inicio	Desarrollo	Cierre
<p>Vídeoforo: Observar un vídeo proyectado por el profesor para que el alumno conozca en qué consiste la planeación estratégica. Al terminar, el profesor hará preguntas que los alumnos contestarán</p>	<p>Lectura y análisis: El profesor proporcionará la referencia bibliográfica a los estudiantes para que, en equipo, lean y analicen la teoría del tema planeación estratégica; resolviendo el profesor dudas al momento de la actividad.</p> <p>A.3.1.Cuadro sinóptico:</p>	<p>A.3.6 Examen: El profesor aplicará un cuestionario al alumno para verificar el aprendizaje del alumno. Después el profesor dará retroalimentación</p>

Observar un vídeo proyectado por el profesor para que el alumno conozca qué es el presupuesto y su clasificación. Al terminar, El alumno elaborará un cuadro sinóptico que contenga la clasificación del presupuesto

Investigación: En equipo los alumnos investigarán en qué consisten cada uno de los tipos de presupuestos.

A.3.2 Exposición: En equipo los alumnos expondrán la información generada en su investigación. El profesor indicará qué presupuesto le corresponde a cada equipo.

Resumen: El profesor proporcionará la referencia bibliográfica a los estudiantes para que, en equipo, lean y analicen la teoría del tema parámetros del presupuesto; resolviendo el profesor dudas al momento de la actividad. Después, el alumno elaborará un resumen que entregará al profesor

A.3.3 Ensayo: El profesor proporcionará la referencia bibliográfica a los estudiantes para que, en equipo, lean y analicen la teoría del

tema indicadores regionales, sectoriales y macroeconómicos; resolviendo el profesor dudas al momento de la actividad. Después, el alumno elaborará un ensayo que entregará al profesor, en donde describirá su opinión acerca de cómo se encuentra la economía en el país.

A.3.4 Exposición: En equipo los alumnos seleccionarán la empresa de su preferencia, detectarán cuál es la situación económica de la misma y expondrán la información generada.

Investigación: En equipo los alumnos investigarán los Requerimientos de un programa integral (relación entre contabilidad y presupuesto).

Resumen: El profesor proporcionará la referencia bibliográfica a los estudiantes para que, en equipo, lean y analicen la teoría del tema análisis de variaciones; resolviendo el profesor dudas al momento de la actividad. Después, el alumno elaborará un resumen que entregará al profesor

	<p>A.3.5.Vídeoforo: Observar un vídeo proyectado por el profesor para que el alumno conozca qué son las desviaciones del presupuesto. Los alumnos en equipos propondrán estrategias para evitar o disminuir las variaciones y desviaciones del presupuesto y además de compartirlas en el foro, las entregarán al profesor</p>	
(2 Hrs.)	(11Hrs.)	(1Hrs.)
Escenarios y recursos para el aprendizaje (uso del alumno)		
Escenarios	Recursos	
Aula	<p>Link del vídeo. COURSERA (2019). Recuperado de: https://es.coursera.org/lecture/introductionalaestrategia/planeacion-estrategica-2RUY8 (duración 4:54 minutos)</p> <p>Preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es la planeación estratégica? • ¿Cuál es la importancia de la planeación estratégica? • ¿Cuáles son los pasos de la planeación estratégica? • ¿Cuáles son las 5 preguntas que debemos hacer para una exitosa planeación estratégica? <p>Link de la lectura. Recuperado de: http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/pdf/33/libro%20portada%20y%20contra%20portada%20planeación%20MPR.pdf</p> <p>Link del vídeo. UNAD (2017)</p>	

	<p>https://www.youtube.com/watch?v=cuEq-7nDlzw (duración 2:25 minutos)</p> <p>Rúbrica de cuadro sinóptico</p> <p>Internet, libros, artículos</p> <p>Cañón, pantalla, computadora</p> <p>Rúbrica de exposición</p> <p>Link de la lectura. Recuperado de: https://www.uv.mx/personal/alsalas/files/2013/02/PRESUPUESTOS-I_II.pdf</p> <p>Link de la lectura. http://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/reportes-sobre-las-economias-regionales/%7BA7153240-D141-6F52-28D8-E77185E91CEF%7D.pdf</p> <p>Link de la lectura. Marcela Cavallo (2011) Control presupuestario. Recuperado de : http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:3BcbLbW0TkWJ:ca.tedraonline.com.ar/wp-content/uploads/2016/03/Publicacion-sobre-control-presupuestario.doc+&cd=5&hl=es&ct=clnk&gl=mx&client=safari</p> <p>Link del vídeo. ADAMS (2012) https://www.youtube.com/watch?v=cuEq-7nDlzw (duración 1:59 minutos)</p> <p>Cuestionario</p>
--	---

Unidad 4. El presupuesto maestro

Objetivo: Elaborar un presupuesto maestro a través de cédulas interrelacionadas a partir de un caso práctico, para entender la importancia del

presupuesto y su relación con las actividades de la mercadotecnia y demás áreas funcionales de la organización

4.1 Presupuesto de operación

4.1.1 Presupuesto de ventas

4.1.1.1 Diagnóstico mercantil estratégico

4.1.1.2 Definición de objetivos

4.1.1.3 Formulación de estrategias corporativas

4.1.1.4 Investigación de mercados

4.1.1.5 Cuantificación del mercado

4.1.1.6 Establecimiento de precios

4.1.2 Presupuesto de producción

4.1.3 Presupuesto de compras

4.1.4 Presupuesto de mano de obra directa

4.1.5 Presupuesto de gastos de fabricación

4.1.6 Presupuesto de gastos de operación

4.1.7 Presupuesto comercial y de Mercadotecnia

4.1.7.1 Presupuestos de publicidad

4.1.7.2 Presupuestos de promoción de ventas

4.1.7.3 Presupuesto de distribución y ventas

4.1.6.2 Gastos de Administración y ventas

4.1.6.3 Gastos Indirectos

4.2 Presupuesto financiero

4.3 Presupuesto de capital

4.4 Estados financieros pro forma

4.4.1 Estado de costo de producción y venta

4.4.2 Estado de resultados

4.4.3 Estado de situación financiera

4.4.4 Estado de flujo de efectivo

Métodos, estrategias y recursos educativos

Métodos:

- Inductivo
- Lógico
- Simbólico
- Exposición
- Demostración
- Lluvia de ideas
-

Estrategias

- Solución de problemas

- Mapas cognitivos
 - Cuadro comparativo
 - Ilustraciones
 - Analogías
 - Problemario
 - Prácticas
- Recursos educativos
- Manual de prácticas
 - Problemario
 - Referencias bibliográficas
 - Diapositivas

Actividades de enseñanza y de aprendizaje

Inicio	Desarrollo	Cierre
<p>Evaluación diagnóstica: El docente aplica un cuestionario de cinco preguntas para identificar los conocimientos previos que tienen los alumnos</p> <p>A1. El alumno contesta el cuestionario y lo entrega. El docente retroalimenta al grupo sobre las áreas de oportunidad en el conocimiento</p> <p>Caso práctico: el docente explica un caso práctico paso por paso, sobre un presupuesto maestro</p> <p>A2. Participación. El alumno participa activamente con comentarios para la elaboración del presupuesto maestro</p>	<p>Exposición, video: El docente desarrolla el presupuesto de operación de un caso práctico de acuerdo a los planes y objetivos de una empresa para un tiempo determinado. Después envía a los alumnos un caso práctico para resolver en excell.</p> <p>A3. En excell el alumno integra la información con la guía preestablecida por el maestro.</p> <p>Exposición, video: El docente explica la metodología para desarrollar el presupuesto de ventas. Después en hoja de excell el docente desarrolla la secuencia del caso práctico en el que considere la proyección de los factores externos e internos que influyen en la predicción de ventas. Después envía a los</p>	<p>Presentación de proyectos: El profesor solicitará que los dueños de las empresas anfitrionas, estén presentes en las presentaciones de los alumnos y coordinará cada presentación y su contenido</p> <p>A17. Exposición oral. El alumno presentará el trabajo realizado sobre el presupuesto maestro, haciendo énfasis en el presupuesto comercial y de mercadotecnia</p> <p>A18. Evaluación formativa: El alumno realizará la evaluación formativa con un examen sobre el proceso educativo de esta unidad de aprendizaje</p>

	<p>alumnos el presupuesto a desarrollar en hojas de excell.</p> <p>A4. En excell el alumno integra la información con la guía preestablecida por el maestro.</p> <p>Exposición: El docente explica la metodología para desarrollar el presupuesto de producción. Después en hoja de excell el docente considera en base al presupuesto de ventas el volumen de producción a obtener durante el periodo presupuestado: por clase de producto y departamento por unidad física. Después envía a los alumnos un caso práctico del presupuesto a desarrollar en hojas de excell.</p> <p>A.4.3. En excell el alumno integra la información con la guía preestablecida por el maestro.</p> <p>Exposición: El docente explica la metodología para desarrollar el presupuesto de compras, indicar las cantidades a adquirir de cada materia prima, los periodos de adquisiciones y los costos estimados de compras de materia prima. Después envía a los alumnos un caso práctico del presupuesto a desarrollar en hojas de excell.</p> <p>A5. En excell el alumno</p>	
--	--	--

	<p>integra la información con la guía preestablecida por el maestro.</p> <p>Exposición: El docente explica la metodología a desarrollar el presupuesto de mano de obra directa según en el giro de la empresa. Después envía a los alumnos un caso práctico del presupuesto a desarrollar en hojas de excell.</p> <p>A6. En excell el alumno integra la información con la guía preestablecida por el maestro.</p> <p>Exposición: El docente explica la metodología para determinar las tasas de gastos indirectos de fabricación a aplicar en los productos terminados en base a la información del periodo anterior y a cambios hechos en los cargos fijos. Después envía a los alumnos un caso práctico del presupuesto a desarrollar en hojas de excell.</p> <p>A7. En excell el alumno integra la información con la guía preestablecida por el maestro.</p> <p>Exposición: El docente explica la metodología para determinar y describir los costos relacionados a las actividades de administrar la empresa y vender sus productos.</p>	
--	---	--

	<p>Después envía a los alumnos un caso práctico de un presupuesto a desarrollar en hojas de excell.</p> <p>A8. En excell el alumno integra la información con la guía preestablecida por el maestro.</p> <p>Exposición: El docente explica la metodología para determinar los gastos a considerar en publicidad, distribución y ventas. Después envía a los alumnos un caso práctico del presupuesto a desarrollar en hojas de excell.</p> <p>A9. En excell el alumno integra la información con la guía preestablecida por el maestro.</p> <p>Exposición: El docente explica la metodología para determinar el presupuesto financiero de acuerdo a los planes y políticas que va a desarrollar la administración en un periodo determinado e integra el desarrollo de la siguiente información financiera, presupuesto de caja y Estados financieros proforma: Estado de resultados, Estado de Situación financiera y Estado de flujo de efectivo. Después envía a los alumnos un caso práctico a desarrollar en hojas de excell.</p>	
--	--	--

	<p>A10. En excell el alumno integra la información con la guía preestablecida por el maestro.</p> <p>Exposición: El docente explica como la metodología para determinar los planes de los directivos en adquisiciones de activo fijo y calcular el costo promedio ponderado de capital a un tiempo futuro. Después envía un caso práctico del presupuesto a desarrollar en hojas de excell.</p> <p>A11. En excell el alumno integra la información con la guía preestablecida por el maestro.</p> <p>Exposición: El docente realiza las siguientes proyecciones financieras: Estado de resultados proforma, Presupuesto de caja, Estado de situación financiera proforma y Estado de flujo de efectivo proforma. Después envía un caso práctico a desarrollar en hojas de excell.</p> <p>A12. En excell el alumno integra la información con la guía preestablecida por el maestro.</p> <p>Exposición: Determinar el estado de costo del producto o servicio a un tiempo futuro. Después envía un caso práctico a desarrollar en hojas de</p>	
--	---	--

	<p>excell.</p> <p>A13. En excell el alumno integra la información con la guía preestablecida por el maestro.</p> <p>Exposición: El docente explica la metodología para determinar el estado de resultados, describe en forma compendida los ingresos, costos y gastos en un periodo definido a futuro, con la finalidad de analizar las transacciones que darán como resultado la utilidad o perdida para los propietarios de una empresa. Después envía al alumno un caso práctico del estado de resultados proforma a desarrollar en hojas de excell.</p> <p>A14. En excell el alumno integra la información con la guía preestablecida por el maestro.</p> <p>Exposición: El docente explica la metodología para determinar el estado que muestra la situación financiera de una empresa a una fecha futura. Después envía al alumno un caso práctico del estado de situación financiera proforma a desarrollar en hojas de excell.</p> <p>A15. En excell el alumno integra la información con la guía preestablecida por el maestro.</p>	
--	---	--

	<p>Exposición: El docente especifica el efectivo neto que será provisto o usado por la empresa durante el próximo ejercicio a través del método directo o indirecto. Después envía al alumno un caso práctico del estado de flujo de efectivo proforma a desarrollar en hojas de excell.</p> <p>A16. En excell el alumno integra la información con la guía preestablecida por el maestro.</p>	
(2Hrs.)	(12Hrs.)	(4Hrs.)
Escenarios y recursos para el aprendizaje (uso del alumno)		
Escenarios	Recursos	
Aula, sala de cómputo	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumento de evaluación diagnóstico • Rúbrica de evaluación participación considerando aspectos formativos y cognitivos • Uso de TICs (power point, PDF, excell, access, simulador. Presentación en power point y cañón. • Rúbrica para presentación de proyecto • Rúbrica para evaluación formativa (incluye examen y todos los aspectos formativos) 	

VII. Acervo bibliográfico

Básico:

Burbano, J. (2011). Presupuestos. Un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión y control de recursos. México, cuarta edición. Mc Graw Hill.

Del Río, C., (2012), Manual de Costos, presupuestos, adquisiciones y abastecimientos. México: Cengage Learning

Complementario:

Aguirre, G. (2014). Contabilidad de Costos. Fundamentos de Costos y Costos Históricos o Reales. México: PACJ

Arredondo, M., (2015). Contabilidad y Análisis de Costos. México: Grupo Editorial Patria.

Cárdenas, R., (2001). Presupuestos, teoría y práctica. México Mc Graw Hill Interamericana.

Del Río, C. (2002). El presupuesto. México: Cengage Learning

Horngreen, C., Foster, G. y Datar, S., (2007). Contabilidad de Costos. Un enfoque gerencial. México: Prentice Hall.

Kaplan R. y Cooper R. Coste y efecto: cómo usar el ABC, el ABM y el ABB para mejorar la gestión, los procesos y la rentabilidad, Madrid, Edit. Gestión 2000.

Morales, F. (2000). Presupuestos y control en las empresas. México: ECASA

Rincón, C. (2016). Presupuestos empresariales. México: ECOE

Rodríguez, R. (2012). Costos aplicados en hotelería, alimentos y bebidas. Bogotá, Cuarta edición: ECOE Ediciones.

Rojas C. M. L. Contabilidad de costos en industrias de transformación, Manual teórico-práctico, IMCP, 2012.

VIII. Mapa curricular

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9	
O B L I G A T O R I A S	Mercadotecnia 3 1 4 7	Administración de la Mercadotecnia 4 2 6 10	Comportamiento del consumidor 2 2 4 6	Mercadotecnia de servicios 2 2 4 6	Innovación y desarrollo de productos 2 2 4 6	Publicidad 1 3 4 5	Relaciones públicas 2 2 4 6	Mercadotecnia estratégica 1 3 4 5	P r á c t i c a P r o f e s i o n a l 30	
	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 3 1 4 7		
	Derecho de los negocios 3 1 4 7	Deontología y responsabilidad social 4 0 4 8	Modelos de optimización 3 1 4 7	Canales de distribución 2 2 4 6	Administración de la cadena de suministro 2 2 4 6	Marcas y patentes 2 2 4 6	Inteligencia de negocios 2 2 4 6	Tendencias de Mercadotecnia 3 1 4 9		
	Habilidades matemáticas 3 1 4 7	Matemáticas financieras 3 1 4 7	Estadística descriptiva 3 1 4 7	Estadística inferencial 3 1 4 7	Investigación de mercados I 2 4 6 8	Investigación de mercados II 2 4 6 8	Mercadotecnia Internacional 2 4 6 8	Mercadotecnia industrial 2 2 4 6		
	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		
	Comunicación para la Mercadotecnia 4 0 4 8		Capital 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	Integrativa profesional ^a ** ** 8	Modelos de negocios 1 3 4 5			
	Inglés 5 2 2 4 6	Inglés 6 2 2 4 6	Inglés 7 2 2 4 6	Inglés 8 2 2 4 6						
O P T A T I V A S						Optativa 1 1 3 4 5	Optativa 2 1 3 4 5	Optativa 3 1 3 4 5		
								Optativa 4 1 3 4 5		
	HT 19 HP 5 TH 24 CR 43	HT 19 HP 7 TH 25 CR 45	HT 18 HP 10 TH 28 CR 46	HT 17 HP 11 TH 26 CR 45	HT 13 HP 17 TH 30 CR 43	HT 10 HP 19+** TH 28+** CR 44	HT 13 HP 17 TH 30 CR 43	HT 14 HP 16 TH 30 CR 44	HT ... HP ** TH ** CR 30	