



1. Datos Generales de la asignatura

Nombre de la asignatura:	Gestión Financiera y Presupuestos de Mercadotecnia
Clave de la asignatura:	MKM 2003
SATCA¹:	2-4-6
Carrera:	Ingeniería en Gestión Empresarial

2. Presentación

Caracterización de la asignatura
<p>Como resultado de la globalización, diversos factores han obligado a la alta dirección a poner especial énfasis en la Gestión Financiera, puesto que ésta se encarga de la administración eficiente de los recursos y del manejo adecuado del capital de trabajo, viéndose como una herramienta efectiva para mantener o buscar el equilibrio dentro de la organización, además de orientar la estrategia financiera para garantizar la disponibilidad de fuentes de financiamiento, la correcta aplicación de los recursos y creación de valor. La Gestión Financiera es aquel conjunto de acciones que se adoptan con el propósito de que el manejo óptimo de los recursos financieros y físicos permitan el desarrollo económico y sostenible de una organización, y mediante una planificación en la organización de presupuestos y su control, éstas se encargan del análisis de los estados financieros, por consiguiente, la gestión financiera está íntimamente relacionada con la toma de decisiones relativas al tamaño y composición de los activos, al nivel y estructura de la financiación y a la política diseñada con el objetivo de alcanzar un plan financiero en el que se detalle y describa la táctica financiera de la empresa. En el desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje, las asignaturas que conforman la malla de Marketing Interno y Externo y que están vinculadas con la materia de Gestión Financiera y Presupuestos de Marketing son: Contabilidad Orientada a los Negocios, Costos Empresariales, Instrumentos de Presupuestación Empresarial, Finanzas de las organizaciones y otras materias que pueden tener un menor grado de relación pero que están vinculadas.</p>
Intención didáctica
<p>El temario de esta materia, comprende cinco competencias a desarrollar; La primera aborda los temas primordiales de la importancia de la información financiera bien</p>

¹ Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos



estructurada para aplicar los distintos métodos de interpretación y análisis a los estados financieros. La segunda competencia abarca los temas de Planificación Financiera, tomando en cuenta la importancia de la adecuada gestión de Capital de Trabajo así como la necesidad de conocer sobre el comportamiento de los principales indicadores o índices del mercado bursátil, es decir sobre la evolución de los precios de las acciones y de otros títulos valores que circulan en la Bolsa de Valores, así como tendencias de los mercados; estos análisis tienden a tomarse como el termómetro del comportamiento de la economía y tienen un impacto directo sobre el clima de inversión y sobre el comportamiento de los inversionistas.

En la competencia tres se establecen las decisiones de inversión con sus respectivos riesgos, en la competencia número cuatro se detallan las estrategias necesarias para elaborar los presupuestos de marketing, concluyendo con la competencia cinco que específica sobre la práctica y elaboración del presupuesto de marketing y sus beneficios.

Como se puede observar, estos contenidos son abordados de una forma práctica y actual en la que el docente desempeñará el papel de guía en la búsqueda actualizada de información.

3. Participantes en el diseño y seguimiento curricular del programa

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Observaciones
Instituto Tecnológico de la Zona Maya, Quintana Roo Abril de 2019.	Representantes de la Academia de Ciencias Económico Administrativas del Instituto Tecnológico de la Zona Maya.	Reunión de diseño e innovación curricular para el desarrollo de competencias profesionales de la especialidad en Mercadotecnia Estratégica en las Organizaciones, de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial

4. Competencia(s) a desarrollar

Competencia(s) específica(s) de la asignatura
Determinar la importancia de la materia de Gestión Financiera y Presupuestos de Mercadotecnia en el desarrollo de la especialidad, estableciendo la necesidad de conocer aspectos conceptuales y aplicarlos en el área de las Finanzas conjuntamente con los presupuestos, analizando cuantitativamente y cualitativamente los resultados mediante indicadores, los que permiten establecer las condiciones económicas y financieras de una organización.

5. Competencias previas

<p>Aplica conceptos generales de la contabilidad y teoría contable</p> <p>Formula Estados Financieros básicos</p> <p>Aplica Habilidades aritméticas</p> <p>Analiza situaciones actuales de manera crítica y soluciona problemas</p> <p>Elabora diferentes tipos de presupuestos</p> <p>Manejo de las TIC's</p>
--

6. Temario

No.	Temas	Subtemas
1	Gestión Financiera	1.1. Terminología Financiera 1.1.1. Conceptos de VPN, CNT, finanzas, etc. 1.2. Información Financiera Empresarial 1.3. Estados Financieros 1.4. Análisis Financiero 1.4.1. Análisis Vertical 1.4.2. Análisis Horizontal 1.4.3. Análisis con Indicadores 1.4.4. Análisis Dupont 1.5. Ejercicios Prácticos
2	Planeación Financiera	2.1. Gestión de Capital de Trabajo 2.2. Capital de Trabajo Operativo 2.2.1. Riesgo y rentabilidad 2.3. Políticas de Capital de Trabajo



		<p>2.4. Gestión del Efectivo 2.5. Gestión de las Cuentas por Cobrar 2.6. Gestión del Inventario 2.7. Financiamiento a corto y mediano plazo</p>
3	Generación de valor para la empresa	<p>3.1. Decisiones Financieras 3.1.1. Leasing 3.1.2 Franquicias 3.1.3 Factoring 3.1.4 Confirming 3.2. Riesgo de Inversión 3.2.1 Riesgo de mercado 3.2.1.1. Riesgo de cambio 3.2.1.2 Riesgo de tasa de interés 3.2.2 Riesgo de liquidez 3.2.3 Riesgo de crédito 3.2.4 Prevención del riesgo 3.2.5 Diversificación 3.2.6 Horizonte de inversión 3.2.7 Evaluación de resultados 3.3. Tendencias y temas financieros actuales</p>
4	Presupuestos de Mercadotecnia	<p>4.1. Presupuesto 4.1.1. Concepto 4.1.2 El papel de los presupuestos en la planeación 4.1.3 Marco de referencia de los presupuestos 4.1.4 Características de un sistema presupuestal 4.1.5 El proceso del presupuesto 4.1.6 Ventajas y limitantes de los presupuestos 4.2. Presupuesto de Ventas 4.3. Presupuesto de Mercadotecnia 4.4. Estrategias empresariales 4.5. Los objetivos empresariales y los presupuestos</p>
5	Desarrollo presupuestal de mercadotecnia.	<p>5.1. Elaboración del Presupuesto de una campaña publicitaria 5.2 Análisis del Presupuesto de la campaña publicitaria 5.3 Evaluación de Resultados</p>



7. Actividades de aprendizaje de los temas

Nombre de tema 1. Gestión Financiera	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s): Comprende la naturaleza e importancia de la gestión financiera empresarial, analiza y aplica asertivamente métodos de análisis financiero.</p> <p>Genéricas: Capacidad de investigación, crítica y autocrítica</p> <p>Aplica los conocimientos adquiridos en una práctica. Organiza y planifica el tiempo. Conocimiento sobre el área de estudio y la profesión. Capacidad para la toma de decisiones</p>	<p>Investiga en fuentes de información actualizadas (máximo 5 años) el contenido de la unidad</p> <p>Realiza mapa conceptual con la información generada en la investigación.</p> <p>Realiza exposición colaborativa sobre los temas investigados anteriormente.</p> <p>Resuelve casos prácticos de análisis financiero.</p>
Nombre de tema 2. Planeación Financiera	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s): Analiza la gestión financiera a corto plazo, el capital de trabajo y el equilibrio relacionado entre la rentabilidad y el riesgo.</p> <p>Genéricas: Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica, capacidad para identificar, plantear y resolver problemas, capacidad de trabajo en equipo y compromiso ético.</p>	<p>Investiga en fuentes de información actualizadas el contenido de la unidad 2</p> <p>Realiza mapa conceptual con la información generada en la investigación.</p> <p>Realiza exposición por equipos de trabajo como resultados de su investigación</p> <p>Elabora un ensayo sobre el Capital de Trabajo</p>
Nombre de tema 3. Generación de valor para la empresa	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s): Analiza cuantitativamente mediante el análisis de riesgo y toma de decisiones financieras.</p> <p>Genéricas: Capacidad de investigación, crítica y autocrítica</p> <p>Aplica los conocimientos adquiridos en una práctica. Organiza y planifica el tiempo.</p>	<p>Investiga en fuentes de información actualizadas el contenido de la unidad 3</p> <p>Realiza mapa conceptual sobre el contenido de la unidad</p> <p>Realiza exposición por equipos de trabajo como resultados de su investigación</p> <p>Resuelve casos prácticos sobre decisiones y riesgos de inversión</p>



Conocimiento sobre el área de estudio y la profesión. Capacidad para la toma de decisiones	
Nombre de tema Los presupuestos de mercadotecnia	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s): Comprende el papel de los presupuestos y su importancia e identifica los elementos que lo conforman.</p> <p>Genéricas: Capacidad de investigación, crítica y autocrítica Organiza y planifica el tiempo. Conocimiento sobre el área de estudio y la profesión. Capacidad para la toma de decisiones</p>	<p>Elabora mapa conceptual, integrando los elementos necesarios para comprender el concepto de presupuesto</p> <p>Elabora un esquema de los elementos que integran el presupuesto de mercadotecnia</p>
Nombre de tema 4. Desarrollo Presupuestal de Mercadotecnia	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s): Elaborar el presupuesto de una campaña publicitaria, su análisis y evaluación de resultados</p> <p>Genéricas: Capacidad de investigación, crítica y autocrítica Aplica los conocimientos adquiridos en una práctica. Organiza y planifica el tiempo. Conocimiento sobre el área de estudio y la profesión. Capacidad para la toma de decisiones</p>	<p>Elabora un presupuesto para una campaña publicitaria</p>

8. Práctica(s)

Con base en el presupuesto elaborado para la campaña publicitaria realizar un análisis administrativo y financiero y evaluando su impacto en la consecución de los objetivos la empresa.

9. Proyecto de asignatura



El objetivo del proyecto que planteé el docente que imparta esta asignatura, es demostrar el desarrollo y alcance de la(s) competencia(s) de la asignatura, considerando las siguientes fases:

- **Fundamentación:** marco referencial (teórico, conceptual, contextual, legal) en el cual se fundamenta el proyecto de acuerdo con un diagnóstico realizado, mismo que permite a los estudiantes lograr la comprensión de la realidad o situación objeto de estudio para definir un proceso de intervención o hacer el diseño de un modelo.
- **Planeación:** con base en el diagnóstico en esta fase se realiza el diseño del proyecto por parte de los estudiantes con asesoría del docente; implica planificar un proceso: de intervención empresarial, social o comunitario, el diseño de un modelo, entre otros, según el tipo de proyecto, las actividades a realizar los recursos requeridos y el cronograma de trabajo.
- **Ejecución:** consiste en el desarrollo de la planeación del proyecto realizada por parte de los estudiantes con asesoría del docente, es decir en la intervención (social, empresarial), o construcción del modelo propuesto según el tipo de proyecto, es la fase de mayor duración que implica el desempeño de las competencias genéricas y específicas a desarrollar.
- **Evaluación:** es la fase final que aplica un juicio de valor en el contexto laboral-profesión, social e investigativo, ésta se debe realizar a través del reconocimiento de logros y aspectos a mejorar se estará promoviendo el concepto de “evaluación para la mejora continua”, la metacognición, el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo en los estudiantes.

10. Evaluación por competencias

Instrumentos

- Evaluación diagnóstica, formativa y sumativa
- Cuadro comparativo.
- Cuadro sinóptico.
- Informe.
- Ejercicios.
- Participación individual
- Participación en equipo
- Reporte de casos
- Mapa conceptual.
- Ensayo
- Exposiciones

Herramientas

- Rúbricas.
- Listas de cotejos.
- Guía de observación.

11. Fuentes de información

Brealey, R., & Myers, S. (2015). *Principios de finanzas corporativas*. México: McGraw Hill.

Córdoba, M. (2015). *Gestión financiera*. México: McGraw Hill.

Pérez, J., & Carballo, V. (2015). *La gestión financiera de la empresa*. México: ESIC.

Ramírez, D. (2015). *Contabilidad administrativa: un enfoque estratégico para competir*. México: McGraw Hill.