

Plan 467 GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Asignatura 45613 ANÁLISIS Y CONTROL DE GESTIÓN

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

OBLIGATORIA

Créditos ECTS

4,5

Competencias que contribuye a desarrollar

Competencias Generales:

G3. Tener la capacidad de reunir e interpretar noticias, datos e informaciones relevantes a efectos de interpretar la evolución de los mercados de bienes y servicios y formular una estrategia de marketing, estando en disposición de emitir juicios que incluyan una reflexión desde un punto de vista social, científico o ético.

G4. Poder transmitir informaciones, ideas, propuestas y soluciones a públicos especializados y no especializados, tanto oralmente como por escrito, en relación con el marketing estratégico, la transformación del entorno y las perspectivas de los mercados, haciéndolo de forma ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.

G5. Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que permiten emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía y aprovechamiento.

G6. Ser capaz de pensar y actuar según principios de carácter universal que se basan en el valor de la persona y se dirigen a su pleno desarrollo, a la vez que respetar los derechos fundamentales y de igualdad entre mujeres y hombres, los derechos humanos, los valores democráticos y de una cultura de paz, así como los principios de respeto al medio ambiente, responsabilidad social y cooperación al desarrollo, en el marco de un compromiso ético en pro de una sociedad global, intercultural, libre y justa.

Competencias Específicas:

E7. Conocer los sistemas de información contable, las técnicas de auditoría interna y los métodos de análisis, financiación o administración de inversiones susceptibles de ser útiles para el control de gestión y la creación o desarrollo de proyectos empresariales.

E8. Adquirir la formación básica necesaria para recoger e interpretar informaciones, formular hipótesis, asesorar y resolver problemas en el ámbito del análisis de los mercados y el marketing estratégico, siguiendo el método científico y mediante la aplicación de los enfoques analíticos, instrumentos matemáticos, métodos estadísticos y técnicas de previsión correspondientes.

E11. Detectar, especificar y resolver problemas relacionados con la investigación de mercados, los sondeos de opinión y la dirección de marketing, en el marco de la adopción de decisiones, la elaboración de informes o las actividades de consultoría al servicio de diversos tipos de organizaciones.

E13. Analizar estados financieros de clientes, proveedores, socios comerciales o competidores, así como calcular costes de productos, interpretar indicadores útiles para el control de gestión, prestar atención al crédito a clientes y evaluar la rentabilidad aportada por un cliente o un proyecto.

E15. Reunir, seleccionar y aprovechar diferentes fuentes primarias de información (bibliográficas, estadísticas, económicas, comerciales, demográficas, etc.) mediante diversas herramientas, incluyendo los recursos telemáticos, así como diseñar, organizar, efectuar la recogida de datos y utilizar éticamente las informaciones procedentes de fuentes secundarias, asegurando su fiabilidad y teniendo en cuenta el coste y los objetivos.

E17. Demostrar capacidad para el trabajo en equipo, exhibiendo habilidades para coordinar personas, organizar tareas y alcanzar objetivos, a la vez que sabiendo aceptar o refutar razonada y sólidamente los argumentos de los demás, para contribuir con profesionalidad al buen funcionamiento organizativo del grupo y al desarrollo humano de sus miembros.

E18. Aprender a administrar de forma eficiente el tiempo, tanto en el trabajo individual como en las tareas en grupo, así como planificar, organizar y utilizar los recursos disponibles estableciendo prioridades y demostrando capacidad para liderar procesos, adoptar decisiones y, en su caso, afrontar dificultades.

E19. Ser capaz de adoptar una perspectiva interdisciplinar e integradora de conocimientos, a la vez que formular juicios de forma autónoma y teniendo en cuenta sus vertientes éticas, sociales, económicas y comerciales.

Competencias Transversales:

-
- T1. Capacidad para comunicarse de forma fluida en castellano, tanto de modo oral como escrito.
T2. Capacidad para leer, comprender y redactar textos en inglés y, en su caso, otros idiomas extranjeros.
T3. Alcanzar las habilidades propias del manejo básico de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs).

Objetivos/Resultados de aprendizaje

- Aprender cuáles son las fuentes de información financiera.
- Saber filtrar la información relevante para la gestión empresarial.
- Comprender y analizar los estados financieros de las empresas.
- Saber emitir informes sobre la situación económico-financiera de las empresas.
- Calcular los costes de producción y el proceso de formación de los precios de productos y servicios.
- Aprender a tomar decisiones en base al análisis de los costes de las actividades empresariales.
- Aprender a formular los presupuestos maestros de empresas y entidades.

Contenidos

TEMA 1.- INTRODUCCIÓN

TEMA 2.- ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LOS DIFERENTES ESTADOS CONTABLES

TEMA 3.- ANÁLISIS DE LOS RATIOS ECONÓMICOS, FINANCIEROS Y DE GESTIÓN

TEMA 4.- CONTABILIDAD Y CONTROL DE GESTIÓN DE LOS COSTES

TEMA 5.- EL PRESUPUESTO

TEMA 6.- COSTES ESTÁNDARES. ANÁLISIS DE DESVIACIONES

TEMA 7.- EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL

TEMA 8.- EL CONTROL DE LA GESTIÓN COMERCIAL

TEMA 9.- EL PROCESO DE OPTIMIZACIÓN DE LA GESTIÓN COMERCIAL

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Clases teóricas:

Exposición en aula de contenidos mediante presentación y explicación por el profesor, acompañada de la participación del alumno.

Clases prácticas:

Cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis, diagnósticos, problemas, trabajo en grupos, presentación de trabajos, etc.).

Seminarios y Tutorías:

Seminario: Instrucción basada en contribuciones orales o escritas de los estudiantes y orientada por el profesor.

Tutoría: Instrucción, individualizada o en grupo, realizada por el profesor con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases y/o orientar los trabajos dirigidos.

Otras actividades presenciales:

Visitas programadas, proyecciones, prácticas de campo, conferencias, etc.

Sesiones de evaluación:

Sesiones destinadas a la realización de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., realizadas en una fecha y espacio determinado y utilizadas para medir el progreso del estudiante.

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Elaboración de trabajos teóricos y/o prácticos:

Preparación de seminarios, investigaciones, trabajos, memorias, ensayos, resúmenes de lecturas, conferencias, etc., para exponer o entregar, así como trabajos con ordenador/laboratorio.

Documentación: consultas bibliográficas, bases de datos, Internet, etc.

Tiempo dedicado a la recopilación de información para la elaboración de trabajos.

Crterios y sistemas de evaluaci3n

Trabajo pr3ctico en equipo y ex3menes te3ricos y pr3cticos. La calificaci3n final consistir3 en un 50% el trabajo pr3ctico, y un 25% cada una de las partes de los ex3menes. En todo caso se requiere una puntuaci3n m3nima del 30% en cada uno de los tres apartados para poder compensar con el resto de las puntuaciones.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

TUTOR3AS

MARTES: 11-13

MI3RCOLES: 12-13 Y 19-20

JUEVES: 11-13

BIBLIOGRAFIA

AECA. - 1.990. "El marco de la contabilidad de gesti3n". Doc. N3 1 Serie de Principios de Contabilidad de gesti3n, Madrid.

- 1.990. "La contabilidad de gesti3n como instrumento de control". Doc. N3 2. Id.id.
- 1.992. "La contabilidad de costes: conceptos y metodolog3a b3sicos. Doc. N3 3 Id.id.
- 1.994. "El proceso presupuestario en la empresa". Doc. N3 4. Id.id.
- 1.998.- Indicadores para la gesti3n empresarial. Doc. N3 17. Id.id.

ALVAREZ LOPEZ, J. 1.990. "An3lisis de balances". Ed. Donostiarra, San Sebasti3n.

- 1.990. Pr3cticas de An3lisis de Balances. Ed. Donostiarra, San Sebasti3n.

ALVAREZ LOPEZ Y OTROS. 1.996. "Contabilidad de gesti3n avanzada". Mc Graw Hill, Madrid.

AMAT, J. 1.993. "Control de gesti3n de la empresa espa3ola". Ed. Gest3 2000. Barcelona.

AMAT I SALAS, O.1.994. "An3lisis de Balances". Ed. Gest3 2000, Barcelona.

BLANCO IBARRA, F. 2000. Contabilidad de Costes y an3lisis de gesti3n para las decisiones estrat3gicas. Deusto. Bilbao.

BLANCO IBARRA, F. 2.000. Ejercicios Resueltos de Contabilidad An3lisis. 63 ed. Deusto, Bilbao.

CASTELLO, E. 1.994. "El sistema de gesti3n y de costes basado en las actividades". Ed. Instituto de Estudios Econ3micos, Madrid.

KAPLAN, R. S., COOPER, 1.999. "Coste y efecto". Ed. Gest3 2000, Barcelona.

KAPLAN, R. S., NORTON, 1.997. "Cuadro de mando integral". Ed. Gest3 2000, Barcelona.

- 2004. "Mapas estrat3gicos". Ed. Gest3 2000, Barcelona.

KAPLAN, R.S., ANDERSON, S.R. 2008. "Costes basados en el tiempo por actividad". Ed. Deusto. Barcelona.

LORINO, P. 1.993. "El control de gesti3n estrat3gico". Ed. Marcombo. Barcelona.

MALLO, CARLOS, KAPLAN S. MELJEM, S. JIMENEZ, C..2000. Contabilidad de costos y estrat3gica de gesti3n. Prentice Hall. Madrid.

NEVADO PE3A, D. 1.999. "El control de gesti3n renovado". AECA. Madrid.

P3REZ-CARBALLO VEIGA, J. F. 1.999. "Control de la gesti3n empresarial". ESIC, Madrid.

PRIETO, B. 2.006. Curso de Contabilidad de Costes. Ed. Delta Publicaciones, Madrid.

RIVERO ROMERO, J. 1.986. "An3lisis de estados financieros". Ed. Trivium, Madrid.

RODRIGUEZ, R, ROBLES, M.P.; REDONDO, N.; GARCIA-QUINTANA, R.B. 2.002. "Contabilidad de costes y de gesti3n. Supuestos pr3cticos". Mc Graw Hill, Madrid.

RODR3GUEZ D3AZ, R. 1.999. "Costes por actividades en empresas de distribuci3n minoristas". Marcombo Boixareu, editores, Barcelona.

SAEZ TORRECILLA, A; FERN3NDEZ, A. GUTI3RREZ, G. 2.004. "Contabilidad de costes y contabilidad de gesti3n" 23 e. Mc Grw Hill.

SERRA SALVADOR, V; VERCHER BELLVER, S. ZAMORANO BENLLOCH, V. 2005. "Sistemas De Control de Gesti3n". Ed. Gest3 2000. Barcelona.

SIERRA, MOLINA, G., RODRIGUEZ RODRIGUEZ, P. 1.997. "Informaci3n contable para la gesti3n". Grupo Editorial Atril. Sevilla.

TEJADA PONCE, A.; P3REZ MOROTE, R. N3N3EZ CHICHARRO, M.; JIM3NEZ MONTA3N3S, A. 2.004. Contabilidad de Costes. Supuestos pr3cticos. Pearson-Prentice Hall. Madrid.

WEST, ALAN. 1.991. "Gesti3n de la distribuci3n comercial". Ed. D3az de Santos. Madrid.

Calendario y horario

MARTES	10-11; 12-13; 17-18; 19-20
MIERCOLES	20-21
JUEVES	12-13

Tabla de Dedicaci3n del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

Actividades Presenciales
Cr3ditos
Horas
Clases te3ricas

0,75
18,75
Clases Prácticas
0,6
15
Seminarios y Tutorías
0,35
8,75
Sesiones de evaluación
0,1
2,5
Total presencial
1,8
45

Actividades no presenciales
Créditos
Horas
Estudio autónomo individual o en grupo
2
50
Elaboración de trabajos teóricos y/o prácticos
0,5
12,5
Documentación: consultas bibliográficas, bases de datos, internet, etc.
0,2
5
Total no presencial
2,7
67,5

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Ricardo Rodríguez González
email: rrod@eco.uva.es
Tno.: 983 423401
Despacho nº 131

Idioma en que se imparte

Español
