

Plan 467 GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Asignatura 45597 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

BÁSICA

Créditos ECTS

6 CRÉDITOS

Competencias que contribuye a desarrollar

G3 Tener capacidad de reunir e interpretar datos e información relevante desde el punto de vista económico-empresarial para emitir juicios que incluyan una relación sobre temas de índole social, científica o ética.

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

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 de una cultura de paz y democráticos, así como los principios medioambientales, de responsabilidad social y de cooperación al desarrollo que promuevan un compromiso ético en una sociedad global, intercultural, libre y justa.

E1. Entender las bases teóricas, tanto de la economía general como de la economía y estrategia empresarial, la formación de los precios y la naturaleza de los hechos económicos, el proceso de dirección y las áreas funcionales de la empresa, a la vez que manejar los métodos cuantitativos esenciales y dominar los fundamentos sociales, históricos y jurídicos de la actividad económica y la dirección de marketing.

E2. Conocer las grandes coordenadas del entorno socioeconómico, tecnológico, cultural e institucional español, europeo e internacional en un marco de globalización e integración, así como las principales políticas macroeconómicas y sectoriales aplicadas por las autoridades públicas, en paralelo con su trayectoria histórica e impacto sobre las relaciones comerciales y financieras mundiales, la evolución de la coyuntura, el comportamiento psico-social de la clientela, las decisiones de compra, el comercio exterior, la reorientación del marketing y la responsabilidad social de la empresa.

E3. Comprender y manejar con soltura los fundamentos conceptuales y teóricos de los estudios de mercado y las estrategias de marketing, junto con sus posibles aplicaciones específicas en diversas áreas (marketing social, público,...), en Internet o escenarios relacionados y en la investigación de la opinión pública.

E5. Conocer los elementos clave para el asesoramiento científico y técnico en la administración y dirección de empresas y otras organizaciones de acuerdo con las necesidades sociales, los objetivos correspondientes, la legislación vigente y la responsabilidad social de las empresas.

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.

E9. Aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en el campo del marketing náutico y estratégico, así como las correspondientes técnicas y herramientas prácticas, utilizando, en su caso, Internet u otros recursos electrónicos y los métodos pertinentes, sean matemáticos, estadísticos, econométricos o cualitativos.

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.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

1. Conocer los principios y normas que sirven de referencia para la elaboración de la información contable.
2. Conocer el funcionamiento del método contable
3. Entender los conceptos de patrimonio y resultado, así como, conocer los documentos contables que informan sobre ellos.

4. Conocer los efectos que los hechos contables producen sobre el patrimonio y el resultado de las empresas.
5. Ser capaz de elaborar e interpretar la información contenida en los estados contables.

Contenidos

Objetivos y conceptos básicos

Registro contable y tratamiento de la información

El ciclo contable

Normalización contable

El Balance de situación: inmovilizado, existencias, otras cuentas de activo corriente, patrimonio neto, pasivos no corrientes y pasivos corrientes.

La cuenta de Pérdidas y ganancias: diferentes componentes del resultado de las empresas

Otros estados contables

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

CLASES TEÓRICAS

RESOLUCIÓN DE CASOS PRÁCTICOS

Criterios y sistemas de evaluación

En la primera convocatoria :

- Pruebas escritas durante el período lectivo: 30%
- Prueba escrita final: 70%

Para la segunda convocatoria:

- Prueba escrita final: 100%

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

LAS TUTORÍAS PUEDEN CONOCERSE A TRAVÉS DE LA INFORMACIÓN ON.LINE FACILITADA POR LA UNIVERSIDAD

Calendario y horario

Objetivos y conceptos básicos (4 horas)

Registro contable y tratamiento de la información (7 horas)

El ciclo contable (7 horas)

Normalización contable (2 horas)

El Balance de situación: inmovilizado, existencias, otras cuentas de activo corriente, patrimonio neto, pasivos no corrientes y pasivos corrientes. (25 horas)

La cuenta de Pérdidas y ganancias: diferentes componentes del resultado de las empresas (8 horas)

Otros estados contables (3 horas)

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

ACTIVIDADES PRESENCIALES

HORAS

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

HORAS

CLASES TEÓRICAS

30

ESTUDIO AUTÓNOMO

40

CLASES PRÁCTICAS

26

RESOLUCIÓN CASOS PRÁCTICOS

40

EVALUACIÓN

4

DOCUMENTACIÓN Y CONSULTA DE REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

10

Total presencial

60

Total no presencial

90

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)

MARÍA JOSÉ DEL BARRIO TELLADO

Idioma en que se imparte

ESPAÑOL
