

Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Licenciatura en Gestión de la Información en Redes
Sociales.



Programa de estudio de la Unidad de Aprendizaje:
Gestión Financiera

Elaboró:

Mtra. Catalina Correa Ramos

Mtra. Silvia Narváez Contreras

Fecha de aprobación: 26 de Abril de 2018

H. Consejo Académico
676

H. Consejo de Gobierno
753

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales





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.	4
IV. Objetivos de la formación profesional.	5
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	7
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	7
VII. Acervo bibliográfico.	9
VIII. Mapa curricular.	10



I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte

Estudios profesionales

Unidad de aprendizaje Clave

Carga académica

<input type="text" value="3"/> Horas teóricas	<input type="text" value="1"/> Horas prácticas	<input type="text" value="4"/> Total de horas	<input type="text" value="7"/> Créditos
--	---	--	--

Período escolar en que se ubica

<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input checked="" type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="7"/>	<input type="text" value="8"/>	<input type="text" value="9"/>
--------------------------------	--------------------------------	---	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------

Seriación

Tipo de Unidad de Aprendizaje

Curso Curso taller

Seminario Taller

Laboratorio Práctica profesional

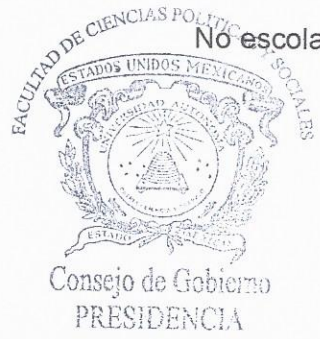
Otro tipo (especificar)

Modalidad educativa

Escolarizada. Sistema rígido No escolarizada. Sistema virtual

Escolarizada. Sistema flexible No escolarizada. Sistema a distancia

No escolarizada. Sistema abierto Mixta





II. Presentación del programa de estudios.

El estudio de la gestión financiera es muy importante por su relación y sus aplicaciones prácticas al sistema económico micro y global. Su estudio de análisis es indispensable en la toma de decisiones.

El Sistema Financiero Mexicano representa búsqueda de intermediarios y mercados financieros en la distribución eficiente de los fondos de prestamistas hacia los prestatarios.

En un mundo competitivo se hacen indispensables en las corporaciones los métodos de análisis que proporcionan índices que agilicen la forma de decisiones en la empresa a nivel internacional, determinando su relevancia en la obtención de resultados financieros y utilidades.

Para poder realizar la planeación financiera es fundamental analizar los requerimientos necesarios a través de las herramientas que midan el flujo de efectivo proyectado a través de las entradas y salidas de dinero, el valor actual del capital, la tasa interna de rendimiento misma que valora el proyecto de inversión, los estados financieros de la empresa que permiten identificar la salud financiera de la misma y a la postre tomar decisiones acertadas en su gestión.

La planeación financiera requiere de presupuestos que ayuden a medir a través del control de éstos. Pues es a través de la predicción el que se convierta en una herramienta base para enfrentar los retos del entorno cambiante en el que viven las corporaciones.

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

Núcleo de formación:

Sustantivo

Área curricular:

Ciencias Económico Administrativas

Carácter de la UA:

Obligatoria





IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

La Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales forma profesionales que contribuyen al progreso social, económico y cultural del país, a través de los siguientes objetivos:

Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- 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 a la creatividad.
- 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.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar con autonomía como Licenciado(a) en Gestión de la Información en Redes Sociales.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas de inglés como segunda lengua.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y justicia.

Particulares

- Crear sistemas de bases de datos mediante algoritmos, modelos matemáticos y modelos de software; para almacenar, recuperar y procesar datos de la sociedad en red.
- Seleccionar métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas en el análisis de datos, comprender su significado, procesarlo y convertirlo en información útil para las organizaciones públicas y privadas.

Analizar el marco normativo, la seguridad de las TIC y los delitos cibernéticos, para evaluar decisiones y formular soluciones racionales y éticas sobre el uso, acceso y protección de datos e información de la sociedad en red.

Analizar datos mediante la selección de principios, métodos y técnicas estadísticas, modelos de inteligencia artificial, minería de datos y teoría de juegos;



para localizar patrones, identificar tendencias, necesidades y problemáticas de la sociedad en red.

- Investigar mercados a través de métodos cuantitativos y cualitativos para mejorar o innovar productos tangibles e intangibles e identificar oportunidades de negocio en las organizaciones públicas y privadas.
- Desarrollar habilidades tecnológicas mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación, para operar plataformas digitales y comunidades virtuales de la sociedad en red.
- Crear estrategias discursivas mediante la composición editorial y diseño gráfico, para comunicar información, contenido e imagen de personas, productos tangibles e intangibles, organizaciones públicas y privadas en plataformas y redes sociales digitales.
- Gestionar información en las organizaciones públicas y privadas a través del proceso administrativo, para tomar decisiones estratégicas en los ámbitos de intervención profesional de los sectores primario, secundario y terciario.
- Seleccionar los canales y medios de comunicación para difundir información, promover la identidad, imagen y reputación de personas y organizaciones; así como comercializar productos tangibles e intangibles vía *internet*.
- Colaborar en la formulación de políticas, legislación y lineamientos en torno al acceso, uso y protección de datos e información, para personas y organizaciones públicas y privadas.
- Administrar sistemas de información en plataformas tecnológicas y redes sociales digitales, respetando las políticas, legislación y lineamientos sobre el uso, acceso y protección de datos e información.
- Proponer información para la toma de decisiones en el desarrollo de políticas públicas, para atender necesidades y resolver problemas en materia de planeación y desarrollo urbano, demográfico, educativo, salud, trabajo, seguridad social, vivienda, entre otros.

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:

Analizar las teorías, métodos, técnicas y procesos y modelos de gestión, para formular, implementar y evaluar decisiones estratégicas que permitan a las organizaciones públicas y privadas alcanzar sus objetivos y orientar su futuro.

Crear sistemas de gestión eficientes y eficaces, a través de tecnologías de información y comunicación, para la toma de decisiones en la venta y distribución de productos tangibles de la sociedad en red.

Analizar el proceso de mercadotecnia empleando métodos, técnicas y herramientas cualitativas y cuantitativas, para gestionar estratégicamente información en las organizaciones

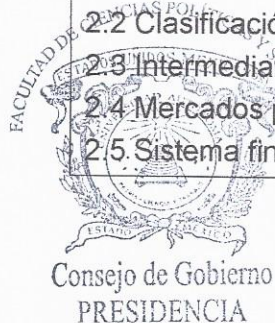
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Analizar los diferentes elementos de adquisición, financiamiento y gestión de activos para desarrollar proyectos y gestionar estructuras de apalancamiento y capital en los mismos.

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

Unidad 1. La información contable
Objetivo: Analizar los conceptos básicos para poder identificar la estructura económica y contable de la empresa para maximizar las ganancias.
Temas:
1.1. De los hechos económicos a los hechos contables.
1.2. La diferencia entre el coste y el gasto.
1.3. La amortización del inmovilizado.
1.4. La diferencia entre el coste de la inversión y el gasto.
1.5. El costo de la producción.
1.6. El costo de las ventas.

Unidad 2. Mercados financieros
Objetivo: Analizar y aprender a contactar a los oferentes y demandantes de los fondos y determinación de los precios en conjunto de los demás activos financieros para determinar los precios justos de los diferentes activos financieros teniendo en cuenta que los costes de transacción sea el menor posible.
Temas:
2.1 Función de los mercados financieros
2.2 Clasificación de los mercados financieros
2.3 Intermediarios financieros
2.4 Mercados primario y secundario
2.5 Sistema financiero





Unidad 3. Estados financieros

Objetivo: Analizar la estructura de los principales estados financieros de la empresa a través de suministrar información acerca de la situación financiera, desempeño y cambios en la situación financiera de una empresa, para permitir una eficiente toma de decisiones económicas.

Temas:

- 3.1 Conceptos básicos
- 3.2 Estado de costo de producción y ventas
- 3.3 Estado de resultados
- 3.4 Balance general
- 3.5 Estado de flujo de efectivo
- 3.6 Los planes financieros de la empresa
 - 3.6.1. El plan financiero a largo plazo
 - 3.6.2. El contenido y el diseño del plan
 - 3.6.3 La previsión de los estados financieros
 - 3.6.4. La preparación del plan financiero a largo plazo
 - 3.6.5 El presupuesto anual
 - 3.6.6. La técnica de los escenarios y el test de estrés. .

Unidad 4. El cálculo financiero

Objetivo: Analizar los principales indicadores de los ingresos financieros de una empresa a través de la gestión de decisiones de inversión efectivas para la rentabilidad de la empresa.

Temas:

- 4.1. La tasa de interés
- 4.2. El valor temporal del dinero
- 4.3. El valor actual neto
- 4.4. La aritmética del tipo de interés simple y compuesto
- 4.5. El tipo de interés efectivo y la tasa anual equivalente
- 4.6. La actualización financiera
- 4.7. Los ingresos financieros para una empresa
- 4.8. El valor y el rendimiento de un activo financiero de renta fija



Unidad 5. El diagnóstico económico financiero

Objetivo: Analizar los principales elementos que permiten realizar un diagnóstico económico y financiero de la empresa para poder interpretar los indicadores y emplearlos en la toma de decisiones económicas y financieras de la empresa.

Temas:

- 5.1. Importancia del diagnóstico de la empresa en el marco de su estrategia
- 5.2. Los factores clave de éxito como expresión y guía de la estrategia
- 5.3. El análisis de los estados financieros
- 5.4. Los razones financieras como instrumento del diagnóstico.
 - 5.4.1. La evaluación de la rentabilidad
 - 5.4.2. El análisis del margen sobre ventas
 - 5.4.3. El análisis de la rotación de la inversión
- 5.5. El diagnóstico de la liquidez y la solvencia
- 5.6. La estructura de la financiación
- 5.7. La evaluación del riesgo
- 5.8. El crecimiento financiable
- 5.9. El desglose de la rentabilidad financiera y la pirámide de tasas

VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

- Alfonso Ortega Castro. (2008). *Introducción a las Finanzas*. México: Mc Graw Hill Interamericana.
- Bueno, E. (2004). *Curso básico de Economía de la Empresa. Un enfoque de organización*, Madrid: Pirámide, 4.ª ed.
- Guillermo L. Dumrauf, (2006). *Finanzas Corporativas*. Buenos Aires, Argentina: Alfaomega.
- Irving González Esqueda, (2002), *Contabilidad Internacional*. México: Mc Graw Hill.
- Pérez Carballo, A., Pérez Carballo, J. y Vela, E. (1997). *Principios de gestión financiera de la empresa*, Madrid: Alianza.
- Pérez-Carballo, Juan F. (2017). *La gestión financiera de la empresa*. España: Alfa Omega.
- Victor Manuel Garcia Padilla, (2007). *Introducción a las Finanzas*. México: Patria.
- Zbigniew Kozikowski, (2007). *Finanzas Internacionales*. México: Mc Graw Hill Interamericana.

Complementario:

- Díaz Mata Alfredo; Aguilera, Gómez Víctor M. (2008). *Matemáticas Financieras*. México: Mc Graw Hill.





Proyecto curricular de la Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales (2017)
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



VIII. Mapa curricular



Proyecto curricular de la Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales (2017)

Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



3.9 Mapa curricular de la Licenciatura en Gestión de la Información en Redes sociales, 2017

	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	Gestión 3 1 4 7	Gestión informática 3 1 4 7	Gestión financiera 3 1 4 7	Gestión de la información 1 3 4 5	Teoría de la decisión 3 1 4 7	Dirección estratégica 4 2 5 7	Economía 3 1 4 7	Toma de decisiones empresariales 3 1 4 7		
	Mercadotecnia 2 2 4 6		Mercadotecnia en áreas especiales 1 3 4 5		Investigación de mercados 1 3 4 5	Gestión de comunidades virtuales 1 3 4 5	Inteligencia de mercados 2 3 4 5	Proyecto emprendedor 4 5 6 7		
	Psicología social 4 0 4 8	Psicología del consumidor 3 1 4 7		Marco normativo de la información 4 2 6 10		Métricas de medios sociales 1 3 4 5	Mercadotecnia relacional 2 3 4 5	Plan gerencial 4 5 6 7		
	Sociedad de la información y del conocimiento 4 0 4 8	Teorías de las redes sociales 5 1 4 11	Teorías y modelos de comunicación 4 0 4 8	Teoría del discurso 4 0 4 8	Enunciación discursiva 0 4 4 4		Empresarial 2 3 4 5	Comunicación organizacional 4 5 6 7		
			Semiótica 4 0 4 8		Diseño gráfico 2 2 4 8	Planes de contingencias 1 3 4 5	Government 2 3 4 5	Seguridad informática 4 5 6 7		
	Programación 1 3 4 5	Teoría de grafos 3 1 4 7	Bases de datos 1 3 4 5	Lógica 4 0 4 8	Seguridad en las tecnologías de la información y comunicación 1 3 4 5	Delitos cibernéticos 4 0 4 8		Ética profesional 4 5 6 7		
	Algebra lineal 4 0 4 8	Estadística descriptiva 4 2 4 10	Estadística inferencial I 4 0 4 8	Estadística inferencial II 4 0 4 8	Inteligencia artificial 1 3 4 5	Minería de datos 1 2 3 4				
		Inglés 5 2 2 4 6	Inglés 6 2 2 4 6	Inglés 7 2 2 4 6	Inglés 8 2 2 4 6	Herramientas cuantitativas para la toma de decisiones 2 2 4 6 8	Teoría profesional 2 3 4 5			
								Optativa 1 2 3 4 5	Optativa 2 2 3 4 5	Optativa 3 2 3 4 5
										Prácticas de aprendizaje 30

HT 18
HP 6
TH 24
CR 42

HT 20
HP 8
TH 28
CR 48

HT 19
HP 9
TH 28
CR 47

HT 19
HP 7
TH 26
CR 45

HT 10
HP 18
TH 28
CR 38

HT 14
HP 17
TH 31
CR 45

HT 6
HP 18**
TH 24**
CR 38

HT 20
HP 28
TH 38
CR 48

HT --
HP --
TH --
CR 30

