ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN
UNIDAD TEPEPAN
SUBDIRECCIÓN ACADÉMICA
DEPARTAMENTO DE INNOVACIÓN EDUCATIVA
PLANEACIÓN DIDÁCTICA TIPO: MODALIDAD EN LÍNEA

Programa Académico: **Licenciatura en Relaciones Comerciales**	Academia: **Costos**	
Unidad de aprendizaje: **Costos de Comercialización**	Nivel: **II**	Periodo: **2020/2021-1**
Propósito de la unidad de aprendizaje: Analizar los elementos del costo de producción y distribución, para la fijación de precios de venta y la relación costo - volumen – utilidad, a través de ejercicios prácticos que conlleven de manera responsable a la toma de decisiones para la comercialización del portafolio de productos de una empresa.		

PRIMER PARCIAL

Nombre y número de la(s) unidad(es) temática(s):

I. Fundamentos de la Contabilidad de Costos

II. Los Costos en la Mercadotecnia

Propósito(s) Específico(s):

UT I: Identificar los elementos que integran el costo de un producto y/o servicio, así como los gastos inherentes a las áreas administrativas, para establecer su relación mercadológica, a través de la resolución de un ejercicio práctico.

UT II: Aplicar los sistemas de costos considerando sus características y elementos para interpretar los resultados de los estados financieros de una empresa, mediante un ejercicio práctico que permita la administración de los productos.

SEM	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES	MATERIALES DIDÁCTICOS DISPONIBLES	CLAVE BIBLIO-GRÁFICA
1 2 3 4	1.1 Contabilidad de costos. 1.1.1 Objetivos de la contabilidad de costos. 1.1.2 Características de la contabilidad de costos. 1.2 La contabilidad de costos y su relación mercadológica. 1.3 Elementos del costo de producción: materia prima directa, mano de obra directa y cargos indirectos.	• Investigación documental sobre los contenidos de las unidades. • Entrega de un caso práctico que contenga el registro del mecanismo de las principales cuentas de costos y gastos, para determinar su efecto en el estado de costo de producción y el estado de resultados, así como la relación de los costos de un producto y los costos incurridos en marketing. Y otro que contenga el	• Elaboración, en equipo de un cuadro comparativo que indique las diferencias entre costo, gasto costo de producción, costo de venta y costo total, precio de costo y precio de venta. (20%) • Entrega en la plataforma seleccionada por el profesor de la solución de los casos prácticos. (25%)		7B 8B 15B 16B

	1.4 Cuentas principales de la contabilidad de costos. 1.4.1 Materias primas en tránsito. 1.4.2 Almacén de materias primas. 1.4.3 Producción en proceso: materia prima directa, mano de obra directa y cargos indirectos. 1.4.4 Almacén de productos terminados. 1.4.5 Costo de venta. 1.5 Costo y gasto, según el área de operación. 1.5.2 Costo de producción, costo de venta y costo total. 1.5.3 Costo unitario y precio de venta. 1.5.4 Estado de costo de producción y costo de la producción vendida y de resultados.	cálculo correcto de la contribución marginal, la utilidad bruta y la interpretación del efecto en los estados financieros. • Participación en clase.	• Lista de cotejo para participación en clase (5%) • Examen escrito (50%)		
5	2.1 Costeo Directo. 2.1.1 Objetivos. 2.1.2 Costos variables. 2.1.3 Costos fijos. 2.2 Costeo absorbente. 2.3 Estados financieros. 2.3.1 Estado de resultados por costeo absorbente. 2.3.2 Estado de resultados por costeo directo. 2.4 Costos para la administración de productos. 2.4.1 Método de costos basados en actividades (CBA). 2.4.2 Eliminación de inventarios (JAT). 2.4.3 Costeo del ciclo de vida de los productos.				

SEGUNDO PARCIAL
Nombre y número de la(s) unidad(es) temática(s): **III. Costos de Distribución**
Propósito(s) Específico(s): **UT III: Determinar el costo de distribución y los costos generados, aplicables a las líneas de productos que maneja una empresa, para evaluar la rentabilidad de los canales de distribución y el portafolio de productos, utilizando las diferentes bases de prorrateo al flujo físico, por medio de un ejercicio practico.**

SEM	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES	MATERIALES DIDÁCTICOS DISPONIBLES	CLAVE BIBLIO-GRÁFICA
6 7 8 9 10	3.1 Costos de distribución. 3.1.1 Definición, naturaleza e importancia. 3.1.2 Clasificación: Objetiva, funcional y ocurrencia en los volúmenes de venta. 3.1.3 Bases de prorrateo y asignación de los costos de comercialización. 3.2 Canales de distribución. 3.2.1 Costos de comercialización marginales 3.3 Portafolio de productos y su interpretación en relación con los costos. 3.4 Elaboración del estado de resultados por costeo directo.	• Investigación documental sobre los contenidos de la unidad. • Resolución de casos prácticos que contemplen el cálculo correcto del prorrateo, en bases de asignación de los costos de comercialización y la interpretación de la rentabilidad de los canales de distribución y del portafolio de productos. • Participación en clase.	• Entrega de una síntesis, que contenga los principales contenidos temáticos de la unidad. **(20%)** • Entrega en la plataforma seleccionada por el profesor de la solución de los casos prácticos. **(25%)** • Lista de cotejo para participación en clase **(5%)** Examen escrito **(50%)**		2B 3B 4B 7B

TERCER PARCIAL
Nombre y número de la(s) unidad(es) temática(s): **IV. Análisis de la Relación Costo – Volumen – Utilidad** **V. Política y Planeación de Precios.**
Propósito(s) Específico(s): **UT IV: Determinar el punto de equilibrio, utilizando diferentes técnicas en una línea de productos, para establecer las relaciones de los costos, las utilidades y los distintos volúmenes de producción y ventas, mediante ejercicios prácticos.** **UT V: Calcular los precios de venta de un portafolio de productos, utilizando los diferentes métodos para la fijación de precios, como estrategia comercial para maximizar las utilidades de una empresa mediante ejercicios prácticos.**

SEM	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES	MATERIALES DIDÁCTICOS DISPONIBLES	CLAVE BIBLIO-GRÁFICA
11 12 13 14 15	4.1 Punto de equilibrio. 4.1.1 Punto de equilibrio por ecuación, fórmulas y graficado. 4.1.2 Punto de equilibrio cuando se produce un artículo. 4.1.3 Punto de equilibrio cuando se producen líneas de productos. 4.1.4 Línea de productos con porcentajes de penetración en el mercado. 4.1.5 Punto de equilibrio en el presupuesto de ventas. 4.1.6 Punto de óptima utilidad. 4.1.7 Margen de seguridad. 4.2 Rendimiento sobre la inversión. 4.3 Punto de equilibrio dinámico (PED) y su aplicación. 5.1 Proceso de planeación de precios 5.1.1 El papel del licenciado en relaciones comerciales en la política de precios. 5.1.1.1 Política y planeación de precios de venta. 5.1.1.2 Ley de la oferta y la demanda. 5.2 Métodos para la fijación de precios. 5.2.1 En función al costo total más un margen de utilidad deseada. 5.2.2 En función al costo total y un porcentaje de utilidad sobre la venta. 5.2.3 En función del costo de conversión. 5.2.4 En función del costo marginal. 5.2.5 En función del rendimiento sobre la inversión. 5.2.6 En función a los costos basados en actividades (CBA) y la administración basada en actividades (ABA). 5.2.7 En función al precio de venta mayorista y consumidor. 5.2.8 Método de costos de reposición	• Investigación documental sobre los contenidos de la unidad. • Realización de ejercicios prácticos. en equipo, de la relación del “Costo – Volumen – Utilidad; de los métodos para la fijación de precios y de costos Basados en Actividades • Participación en clase.	• Entrega de una síntesis, que contenga la explicación de los diferentes métodos y la relación con el producto que comercializa una empresa y marcar la diferencia de las empresas sensitivas al precio y al volumen **(20%)** • Entrega en la plataforma seleccionada por el profesor de la solución de los casos prácticos. **(25%)** • Lista de cotejo para participación en clase **(5%)** Examen escrito **(50%)**		6B 7B 1C