



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: Ventas y Distribución	
Unidad de aprendizaje: Compras	Nivel: Nivel: IV	Ciclo: 2021/1
Propósito de la unidad de aprendizaje: Diseña estrategias y tácticas de compra de productos y/o servicios, acorde a los procesos de adquisición de las empresas.		

PRIMER PARCIAL
Nombre y número de la(s) unidad(es) temática(s): I. Introducción a la administración de las compras.
Propósito(s) Específico(s): Analiza las funciones y formas de organización del área de compras, con base en el correcto abastecimiento de productos y servicios en la organización.
PRIMER PARCIAL
Nombre y número de la(s) unidad(es) temática(s): II. Planeación de compras.
Propósito(s) Específico(s): Establece la importancia de la planeación de los recursos materiales y de servicios que requiere la empresa, con base en el abastecimiento oportuno de materiales a todas las áreas.

SEM	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	EVALUACION DE LOS APRENDIZAJES	MATERIALES DIDÁCTICOS DISPONIBLES	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
1	1.1 Concepto y objetivo de la administración de las compras.	<ul style="list-style-type: none"> Búsqueda de información individual acerca de los temas de la unidad. Elaboración en equipo de una matriz descriptiva sobre la relación del departamento de compras con otros dentro de la organización, basados en la investigación anterior. 	<ul style="list-style-type: none"> Matriz descriptiva, 20%, considerando: Basado en la investigación documental. Marque la correcta relación del área de ventas con los demás departamentos de la empresa. Utilizando las TIC's 	Repositorio del IPN https://www.repositoriodigital.ipn.mx/ Repositorio digital en la plataforma que se usara como evidencia de clases.	3B, 4B, 6C, 7C
2	1.1.1 Características del área de compras				
3	1.1.2 Objetivos del área.				
4	1.1.3 Organigrama				
5	1.1.4 Funciones				
6	1.1.5 Descripción y análisis del puesto				
	1.2 Relación del área de compras con otros departamentos de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración en equipo de una matriz comparativa sobre los tipos de estructuras organizaciones del área de compras, basados en la investigación anterior. 	<ul style="list-style-type: none"> Matriz comparativa, 20%, considerando: Basado en la investigación documental. Mostrando las principales características de cada uno de los modelos organizacionales del área de 		
	1.2.1 Ingeniería y producción				
	1.2.2 Ventas y distribución.				
	1.2.3 Inventarios y almacén				
	1.2.4 Finanzas				
	1.2.5 Contabilidad				
	1.2.6 Mercadotecnia				
	1.3 Estructura organizacional de las compras				

	<p>1.3.1 Centralizadas. 1.3.2 Descentralizadas. 1.3.3 Mixtas. 2.1 Planeación del área de compras. 2.1.1 Detección de necesidades por área de la empresa 2.1.2 Cronograma de actividades. 2.1.3 Determinación del presupuesto: restricciones y limitaciones 2.1.4 Programa general y específico. 2.2 Pronósticos de compras 2.2.1 Elementos del pronóstico. 2.2.2 Tipos de pronósticos de compras: promedios móviles variables, mínimos cuadrados, just in time, e-procurement y uso del programa Project. 2.3 El manual de compras. 2.3.1 Objetivo e Importancia. 2.3.2 Políticas y Procedimientos. 2.3.3 Funciones. 2.3.4 Organigrama. 2.3.5 Diagramas de Flujo general de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración en equipo de la primera parte del protocolo del manual de compras 	<p>compras. Utilizando las TIC's</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manual de Compras primera parte(protocolo) 60%, considerando: Describiendo los antecedentes de la empresa, su estructura general y su giro. Marcar la relación del área de compras con los demás de la empresa. Analizar y proponer una estructura organizacional del área de compras, basados en sus necesidades y recursos. Utilizando las TICs 		
--	---	---	--	--	--

SEGUNDO PARCIAL

Nombre y número de la(s) unidad(es) temática(s): III. Negociación con proveedores y almacén.

Propósito(s) Específico(s): Diseña los métodos de compras de acuerdo al análisis de proveedores que satisfagan adecuadamente las necesidades de la empresa.

SEGUNDO PARCIAL

Nombre y número de la(s) unidad(es) temática(s): IV. El proceso de compras.

Propósito(s) Específico(s): Diseña procesos de compras siguiendo los procedimientos acordes a los controles administrativos que le permitan el manejo óptimo de las adquisiciones.

SEM	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	EVALUACION DE LOS APRENDIZAJES	MATERIALES DIDÁCTICOS DISPONIBLES	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
7	3.1 Proveedores: concepto.	<ul style="list-style-type: none"> Búsqueda de información individual acerca de los temas de la unidad. Elaboración de una matriz comparativa sobre la evaluación de los proveedores basados en la investigación anterior. Elaboración de una matriz descriptiva sobre los tipos de manejo de inventarios basados en la investigación anterior Elaboración de una matriz descriptiva sobre los INCOTERMS, basados en la investigación anterior. Elaboración en equipo de la segunda parte del protocolo del manual de compras, que consiste en el diseño de un método de desarrollo de proveedores y la integración de 	<ul style="list-style-type: none"> Matriz comparativa, 10%, considerando: Basado en la investigación documental. La correcta interpretación del método de evaluación de proveedores. Utilizando las TIC's Matriz descriptiva, 10 %, considerando: Basado en la investigación documental. El correcto análisis de cada uno de los modelos de manejo de inventarios. Utilizando las TIC's Matriz descriptiva, 10% considerando: Mostrando las características básicas de cada INCOTERM. Mostrando los grados de riesgo y responsabilidad. Utilizando las TIC's Manual de Compras segunda parte (protocolo) 70% considerando: El desarrollo de los pasos de un 	Repositorio del IPN https://www.repositoriodigital.ipn.mx/ Repositorio digital en la plataforma que se usara como evidencia de clases.	2B, 4B, 1C, 5C
8	3.2 Desarrollo de Proveedores.				
9	3.2.1 Por producto.				
10	3.2.2 Por categoría.				
11	3.2.3 Por plaza.				
	3.2.4 Por calidad.				
	3.3 Comité de Compras: Concepto.				
	3.3.1 Figuras que lo integran: Director General, Director de Finanzas, Director de Ventas, Director de Producción, Director de Compras, Otros.				
	3.4 Negociación y evaluación con Proveedores.				
	3.4.1 Ética profesional.				
	3.5 Tipos de cotización: calidad del producto, volumen de compra, formas de pago y tiempos, formas y lugar de entrega.				
12	3.6 Importancia de la logística administrativa en las estrategias de compras.				
	3.7 Sistemas de control de inventarios.				
	3.7.1 Máximos y mínimos.				
	3.7.2 Análisis de Pareto (A,B,C).				
	3.7.3 Justo a tiempo.				
	3.7.4 En tránsito y distribución.				
	3.7.5 Embarque y recepción de mercancía.				
	3.7.6 Órdenes especiales.				
	3.8 Lote económico de compra.				
	3.9 Estandarización y homogenización: de los				

	<p>procesos de compra, de las actividades de compra, del manejo de inventarios. 3.10 Manejo de muestras, diseños y modelos. 4.1 Requisición de compra: departamental y de producción. 4.2 La cotización. 4.2.1 Cuadros comparativos por proveedor. 4.3 Requisiciones, Pedidos u órdenes de compra: abierta y cerrada. 4.4 La negociación con los proveedores seleccionados: Programa de entrega, lugar de entrega (una o varias ubicaciones) fletes (por cuenta del proveedor, por cuenta del comprador, de alquiler o mezcla), seguros de transporte, tipos de embarque (terrestre, aéreo, ferroviario, marítimo), formas de embarque (manejo del producto), volumen y peso, manejo de la tara y mermas (la absorbe el proveedor o el comprador o compartida) y pruebas de laboratorio (costo).</p>	<p>los sistemas de inventarios, así como el diseño y desarrollo de todos los pasos que intervienen en la adquisición de productos y servicios.</p>	<p>proceso de compras. Elaboración de un diagrama de flujo del proceso de compras. Utilizando las TIC's</p>		
--	--	--	---	--	--

TERCER PARCIAL

Nombre y número de la(s) unidad(es) temática(s): V. Adquisiciones en el sector público.

Propósito(s) Específico(s): Diseña estrategias de compras con el sistema de gobierno, de acuerdo con las necesidades del sector público

SEM	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	EVALUACION DE LOS APRENDIZAJES	MATERIALES DIDÁCTICOS DISPONIBLES	CLAVE BIBLIO-GRÁFICA
13 14 15 16 17	5.1Relaciones comerciales dentro del sector gobierno. 5.2Relación del área de adquisiciones con otras áreas dentro del sistema público. 5.3La ley de adquisiciones. 5.4La licitación	<ul style="list-style-type: none"> Búsqueda de información individual acerca de los temas de la unidad. Elaboración de una licitación, para un producto o servicio, basados en la investigación anterior. 	<ul style="list-style-type: none"> Licitación, 20% considerando: Basados en la investigación anterior. Lo establecido en la Ley de Adquisiciones. Utilizando las TIC's 	<p>Repositorio del IPN https://www.repositoriodigital.ipn.mx/</p> <p>Repositorio digital en la plataforma que se usara como evidencia de clases.</p>	3B, 4B, 8C
18	5.4.1Elaboración de bases del concurso a licitar. 5.5Convocatoria 5.5.1Contenido de la convocatoria: Junta de aclaraciones a la convocatoria, Fecha de la junta de aclaraciones, Instrucciones para elaborar y entregar las proposiciones técnicas y económicas, Acto de presentación y apertura de proposiciones técnicas y económicas, Criterios que se aplicarán para revisar y evaluar las proposiciones, Comunicación del Fallo, El contrato, Penas convencionales y sanciones, Formato para la fianza, Procedimientos a seguir para el Desechamiento de proposiciones, cancelación de la licitación, partidas o conceptos incluidos en éstas y declaración de Licitación desierta, Inconformidades y Controversias, Requisitos legales y Anexos.	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración en equipo de la tercera parte del Manual de Compras, que consiste en el diseño de estrategias y la integración de acciones y procesos del área de adquisiciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Manual de Compras tercera parte (protocolo) 60% considerando: <ol style="list-style-type: none"> La integración del contenido de la primera y segunda parte de las unidades temáticas anteriores. La aplicación de acciones y procesos en el área de adquisiciones. Exposición del manual, 20% considerando: <ol style="list-style-type: none"> Material utilizado. Dominio del tema. Veracidad de la información Uso de las TIC's 		