



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Costos y Presupuestos
CÓDIGO	:	CM28
CICLO	:	201601
CUERPO ACADÉMICO	:	Calvo Cordova, Juan Fernando Mena Velásquez, Natalí Mónica Soto Mujica, José Carlos Humberto Yarlequé Wong, Victor
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	16
HORAS	:	2 H (Práctica) Semanal /2 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Comunicacion y Marketing

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

Curso general en la carrera de Comunicación y Marketing, de carácter teórico-práctico, dirigido a los estudiantes de cuarto ciclo, que busca desarrollar la competencia general de razonamiento cuantitativo y la competencia específica de gestión comercial y de marketing.

El curso de Costos y Presupuestos brinda al estudiante las herramientas necesarias para entender el comportamiento de los costos e interpretar el lenguaje de los mismos con el fin de contribuir en la gestión de la empresa, resaltando la importancia del planeamiento y control a través de la elaboración de presupuestos.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante identifica y aplica métodos de costeo a fin de gestionar con eficacia los recursos de una empresa de consumo masivo o de servicios..

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 COSTOS: IDENTIFICACIÓN E IMPACTO EN LA GESTION EMPRESARIAL.

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante identifica los componentes del costo de un producto o servicio y analiza el impacto que se generan en la gestión empresarial.

TEMARIO

- Diferencia entre costo, gasto, pérdida y pago.

- Objeto de costos. Elementos del costo.
- Clasificación de los costos: Costos directos, costos indirectos, costos fijos y costos variables.
- Los gastos operativos.
- Factores que influyen en la clasificación de los costos.
- Análisis de las variaciones del costo variable y del costo fijo en función a la producción y a las ventas.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 1

UNIDAD N°: 2 ESTRUCTURA DE COSTOS, ESTADO DE RESULTADOS Y COSTOS POR ORDENES DE TRABAJO.

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante elabora correctamente la estructura de costos de una empresa de consumo masivo y de servicios y analiza los resultados para optimizar la rentabilidad de la empresa.

TEMARIO

- Costeo Real: Costo de los materiales directos. Método de valorización promedio ponderado, costo de la mano de obra directa. Variables que intervienen en el costo de la MOD. Costos indirectos de fabricación.
- Costeo Normal: Bases de asignación de los costos indirectos de fabricación.
- Costo de producción y costo de ventas
- Costos comerciales y costos de servicios
- Estructura de costos en una empresa de consumo masivo y de servicios.
- Análisis de rentabilidad: Análisis e interpretación del margen bruto, margen operativo y margen neto.
- Costos por órdenes de trabajo.
- Costos por órdenes aplicado a empresas de servicios.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 2, 3, 4 y 5

UNIDAD N°: 3 ANÁLISIS COSTO-VOLUMEN-UTILIDAD

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante utiliza la relación costo, volumen y utilidad simulando diferentes escenarios para evaluar las mejores alternativas.

TEMARIO

- Costos fijos, costos variables y margen de contribución.
- Análisis costo, volumen y utilidad.
- Razón del margen de contribución.
- Punto de equilibrio, margen de seguridad, grado de apalancamiento operativo.
- Volumen de ventas en unidades y en soles.
- Decisiones comerciales e impacto en la rentabilidad.
- Análisis de sensibilidad del punto de equilibrio en base a un solo producto y en función a la razón del margen de contribución.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 6 y 7

UNIDAD N°: 4 MEZCLA DE PRODUCTOS Y ALTERNATIVAS.**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante utiliza la relación costo, volumen y utilidad para una mezcla de productos y evalúa la mejor alternativa para maximizar la rentabilidad de la empresa.

TEMARIO

- Margen de contribución por producto.
- Participación en ventas.
- Mezcla de ventas y de productos.
- Alternativas de decisión.
- Análisis de sensibilidad.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 9 y 10

UNIDAD N°: 5 INGRESOS Y COSTOS RELEVANTES-TOMA DE DECISIONES.**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante utiliza la información relevante en la toma de decisiones gerenciales con responsabilidad.

TEMARIO

- Ingresos y costos relevantes.
- Influencias en las decisiones de fijación de precios.
- Casos de pedidos especiales.
- Fabricar o comprar.
- Rentabilidad de los clientes.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 11 y 12

UNIDAD N°: 6 PRESUPUESTOS: COMERCIAL-OPERATIVO-FINANCIERO**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante elabora los presupuestos comerciales, considerando variables de carácter operativo y financiero, valorando su importancia en la toma de decisiones. Además, establece la relación presupuesto y rentabilidad (ROI).

TEMARIO

- Definición de los tipos de presupuestos.
- Variables externas e internas a tener en cuenta en el presupuesto de ventas.
- Presupuesto de ventas por sucursales o unidades de negocios.
- Políticas de créditos y cobranzas.
- Presupuesto de compras y política de pagos.
- Variables de gastos operativos y gastos financieros.
- Flujo de caja.
- Análisis de sensibilidad. Simulación de escenarios.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 13, 14 y 15

VI. METODOLOGÍA

El curso se desarrollará semanalmente en 2 sesiones de 2 horas cada una. La metodología a utilizarse será la simulación, evaluación, exposiciones, dinámica de grupo y análisis de casos. Se dará énfasis al desarrollo de ejercicios y casos en clase, tanto en forma individual como en equipos de trabajo. Se asignarán casos a resolver fuera de aula y controles de lectura respecto a los temas a trabajar en clase.

La evaluación se realizará mediante las siguientes modalidades:

- Dos practicas calificadas, donde se propondrán casos para que sean desarrollados por el estudiante de manera individual usando los conocimientos vistos hasta la fecha.
- Una evaluación parcial, será escrita e individual y evaluará lo desarrollado hasta la fecha.
- Un trabajo, en donde el estudiante tendrá que analizar la estructura de costos de una empresa.
- Promedio de controles de lectura, serán cuatro en total y se basarán en la bibliografía básica para el curso.
- Una evaluación final, será escrita e individual y evaluará lo desarrollado hasta la fecha.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

$$15\% (PC1) + 20\% (EA1) + 15\% (PC2) + 15\% (TB1) + 10\% (CC1) + 25\% (EB1)$$

TIPO DE NOTA	PESO %
PC - PRÁCTICAS PC	15
EA - EVALUACIÓN PARCIAL	20
PC - PRÁCTICAS PC	15
TB - TRABAJO	15
CC - PROMEDIO DE CONTROLES	10
EB - EVALUACIÓN FINAL	25

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
PC	PRÁCTICAS PC	1	Semana 5	Evaluación individual. Evalúa las unidades 1 y 2.	SÍ
EA	EVALUACIÓN PARCIAL	1	Semana 8	Evaluación parcial individual y escrita sobre los temas correspondientes a las unidades 1, 2 y 3.	SÍ
PC	PRÁCTICAS PC	2	Semana 12	Evaluación individual. Evalúa las unidades 4 y 5.	SÍ
TB	TRABAJO	1	Semana 15	Trabajo escrito (Evaluación grupal) y exposición (Evaluación individual).	NO
CC	PROMEDIO DE CONTROLES	1	Semana 15	Promedio de los 4 controles tomados en clase de manera individual. Se basarán en la bibliografía básica para el curso.	NO
EB	EVALUACIÓN FINAL	1	Semana 16	Evaluación individual y escrita sobre los temas correspondientes a todas las unidades del curso.	SÍ

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

HORNGREN Charles T.Datar, Srikant M. y RAJAN, Madhav V. (2012) Contabilidad de costos : un enfoque gerencial. México, D.F. : Pearson Educación.

(657.42 HORN 2012)

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

RIVERO ZANATTA, Juan Paulo (2013) Costos y presupuestos : reto de todos los días. Lima : UPC, Fondo Editorial.

(658.1552 RIVE)

TORRES SALINAS, Aldo S.Escalante de la O, Mónica (2010) Contabilidad de costos : análisis para la toma de decisiones. México D.F. : McGraw-Hill.

(657.42 TORR 2010)

WELSCH, Glenn A. y VÁSQUEZ PRADA GUTIÉRREZ, Julián (2005) Presupuestos : planificación y control. Naucalpan de Juárez : Pearson Educación.

(658.154 WELS 2005)