



# Cursos y talleres del Programa de Apoyo al Desarrollo Empresarial

**Facultad de Contaduría y Administración**

Universidad Nacional Autónoma De México



Estos cursos y talleres se imparten también a distancia, en transmisión simultánea y pueden ser adaptados a las necesidades de la organización que lo solicite.



## CONTENIDO

1. <u>CURSOS Y TALLERES PARA EL EMPRENDIMIENTO...</u>	4
<u>COMPRAS Y COBRANZAS EFECTIVAS EN EL EMPRENDIMIENTO</u>	4
<u>COMUNICACIÓN ASERTIVA EN EL EMPRENDIMIENTO</u>	5
<u>DESIGN LIVING...</u>	6
<u>DESIGN THINKING</u>	7
<u>DESARROLLANDO TU MODELO DE NEGOCIO</u>	8
<u>DESPIERTA TU ESPÍRITU EMPRENDEDOR...</u>	10
<u>EMPRENDIMIENTO Y TRABAJO EN EQUIPO EFECTIVO...</u>	11
<u>INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO PARA CONSOLIDAR TU MODELO DE NEGOCIO</u>	12
<u>PLAN DE NEGOCIOS</u>	14
<u>TALLER: ELABORA TU PLAN EMPRENDEDOR...</u>	16
<u>TALLER: PRESENTACIONES PARA CONVENCER</u>	18
2. <u>CURSOS Y TALLERES EN ÁREAS DE ESPECIALIDAD</u>	19
<u>ACTUALIZACIÓN CONTABLE</u>	19
<u>ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS-CAPITAL HUMANO</u>	21
<u>ANÁLISIS FODA PERSONAL</u>	22
<u>ANÁLISIS Y ADMINISTRACIÓN DE PORTAFOLIOS DE INVERSIÓN</u>	23
<u>ASPECTOS LEGALES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO</u>	24
<u>ASPECTOS RELEVANTES DEL COMERCIO EXTERIOR...</u>	25
<u>BALANCED SCORECARD: HERRAMIENTA EMPRESARIAL PARA LA TOMA DE DECISIONES</u>	27
<u>Coaching y Liderazgo</u>	29
<u>COMERCIO ELECTRÓNICO</u>	31
<u>COMUNICACIÓN EN EL AULA Y PRESENTACIONES DINÁMICAS</u>	32
<u>CONSOLIDANDO A LA PYME A TRAVÉS DE LA ATRACCIÓN, SELECCIÓN Y DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO</u>	34
<u>CONTABILIDAD PARA NO CONTADORES</u>	36
<u>CONTABILIDAD PARA NO CONTADORES II</u>	38



Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de Contaduría y Administración  
Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y  
Mediana Empresa



<a href="#">CONTABILIDAD Y REVISIONES ELECTRÓNICAS, BUZÓN TRIBUTARIO Y DISCREPANCIA FISCAL.....</a>	<a href="#">40</a>
<a href="#">CONTRALORÍA .....</a>	<a href="#">42</a>
<a href="#">CONTROL DE GESTIÓN Y LOS PRESUPUESTOS .....</a>	<a href="#">46</a>
<a href="#">COSTOS BASADOS EN LA ACTIVIDAD (COSTOS ABC).....</a>	<a href="#">48</a>
<a href="#">CURSO DE INFLUENCIADORES.....</a>	<a href="#">50</a>
<a href="#">EL CONTROL INTERNO EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL .....</a>	<a href="#">51</a>
<a href="#">EL COSTO DE VENTAS Y SUS EFECTOS FISCALES .....</a>	<a href="#">53</a>
<a href="#">EL MANEJO DE LOS DATOS PERSONALES DE LA EMPRESA .....</a>	<a href="#">55</a>
<a href="#">EL VALOR ECONÓMICO AGREGADO A LA EMPRESA.....</a>	<a href="#">56</a>
<a href="#">ELEMENTOS PARA EL DESARROLLO DE PROCEDIMIENTOS.....</a>	<a href="#">58</a>
<a href="#">ESTRATEGIA DE FIJACIÓN DE PRECIO... ..</a>	<a href="#">59</a>
<a href="#">ESTRATEGIA DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN... ..</a>	<a href="#">60</a>
<a href="#">ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN... ..</a>	<a href="#">62</a>
<a href="#">EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN... ..</a>	<a href="#">64</a>
<a href="#">EXCEL BÁSICO PARA EMPRESAS.....</a>	<a href="#">66</a>
<a href="#">EXCEL INTERMEDIO PARA EMPRESAS .....</a>	<a href="#">68</a>
<a href="#">FINANZAS PARA NO FINANCIEROS .....</a>	<a href="#">70</a>
<a href="#">FINANZAS PERSONALES.....</a>	<a href="#">72</a>
<a href="#">GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO... ..</a>	<a href="#">73</a>
<a href="#">HABILIDADES DE NEGOCIACIÓN.....</a>	<a href="#">75</a>
<a href="#">HABILIDADES FINANCIERAS PARA TU VIDA .....</a>	<a href="#">77</a>
<a href="#">IMPUESTOS .....</a>	<a href="#">78</a>
<a href="#">INFORMACIÓN FINANCIERA PARA LA TOMA DE DECISIONES.....</a>	<a href="#">81</a>
<a href="#">INTRODUCCIÓN A LOS SISTEMAS DE COSTEO .....</a>	<a href="#">83</a>
<a href="#">INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....</a>	<a href="#">84</a>
<a href="#">LA TOMA DE DECISIONES Y EL ANÁLISIS DE COSTOS .....</a>	<a href="#">85</a>
<a href="#">LA VALUACIÓN DEL INVENTARIO Y LA DETERMINACIÓN DEL COSTO DE LO VENDIDO .....</a>	<a href="#">87</a>
<a href="#">LEAN PROJECT MANAGEMENT.....</a>	<a href="#">89</a>
<a href="#">LIDERAZGO EN LAS ORGANIZACIONES .....</a>	<a href="#">91</a>



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AVENIDA DE  
MEXICO

Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de Contaduría y Administración  
Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y  
Mediana Empresa



<a href="#"><u>LIQUIDACIÓN DE SOCIEDADES</u></a> .....	<a href="#"><u>93</u></a>
<a href="#"><u>MARKETING DIGITAL</u></a> .....	<a href="#"><u>95</u></a>
<a href="#"><u>NEURO-VENTAS</u></a> .....	<a href="#"><u>97</u></a>
<a href="#"><u>NÓMINA...</u></a> .....	<a href="#"><u>99</u></a>
<a href="#"><u>NOMINA II</u></a> .....	<a href="#"><u>114</u></a>
<a href="#"><u>PRESENTACIONES DINÁMICAS Y COMUNICACIÓN...</u></a> .....	<a href="#"><u>101</u></a>
<a href="#"><u>PRESUPUESTO BASE CERO...</u></a> .....	<a href="#"><u>103</u></a>
<a href="#"><u>PRESUPUESTOS PARA NO FINANCIEROS</u></a> .....	<a href="#"><u>105</u></a>
<a href="#"><u>RÉGIMEN DE INCORPORACIÓN FISCAL</u></a> .....	<a href="#"><u>107</u></a>
<a href="#"><u>SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA Y SOCIEDADES UNIPERSONALES, TU EMPRESA EN 24 HORAS</u></a> .....	<a href="#"><u>109</u></a>
<a href="#"><u>TALLER DE GERENCIA ESENCIAL...</u></a> .....	<a href="#"><u>111</u></a>
<a href="#"><u>TALLER INVESTIGACION DE MERCADOS PARA EMPRENEDORES</u></a> .....	<a href="#"><u>112</u></a>
<a href="#"><u>VALUACIÓN DE PYMES Y SUS PROYECTOS DE INVERSIÓN</u></a> .....	<a href="#"><u>113</u></a>
<a href="#"><u>COMERCIO ELECTRONICO Y MARKETING DIGITAL</u></a> .....	<a href="#"><u>115</u></a>



## CURSOS Y TALLERES PARA EL EMPRENDIMIENTO

### COMPRAS Y COBRANZAS EFECTIVAS EN EL EMPRENDIMIENTO

<b>CURSO</b>	Compras y cobranza efectiva en el emprendimiento
<b>MODALIDAD</b>	Presencial
<b>DURACIÓN</b>	12 horas

#### ○ **OBJETIVOS**

El participante reconocerá la importancia de la cobranza para el logro de las metas financieras del emprendedor y generará estrategias para una cobranza efectiva.

#### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

- Cuánto, cuándo y cómo cobrar en emprendimiento
- Herramientas para una cobranza efectiva en emprendimiento
- Cuánto, cuándo y cómo comprar en emprendimiento
- Herramientas para una compra efectiva en emprendimiento



## COMUNICACIÓN ASERTIVA EN EL EMPRENDIMIENTO

<b>CURSO</b>	Comunicación asertiva en el emprendimiento
<b>MODALIDAD</b>	Presencial
<b>DURACIÓN</b>	12 horas

### ○ **OBJETIVO**

El participante valorará la importancia de la comunicación asertiva para su trayectoria como emprendedor y será capaz de expresarse de forma positiva e interactuar de manera empática con las personas

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

- Comunicación
- Comunicación personal e interpersonal
- Comunicación verbal y no verbal
- Empatía y comunicación asertiva



## DESIGN LIVING

<b>CURSO</b>	Design Living
<b>MODALIDAD</b>	Presencial
<b>DURACIÓN</b>	12 horas

### ○ **OBJETIVOS**

El participante aprenderá a tomar decisiones claras y conscientes en su día a día, teniendo siempre presente lo que quiere para su vida.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

- Despertando al consciente
- Mi plan de vida
- Yo sé lo que quiero
- ¿Qué es design living?
- Herramientas
- Principios básicos



## DESIGN THINKING

<b>CURSO</b>	Design Thinking
<b>MODALIDAD</b>	Presencial
<b>DURACIÓN</b>	12 horas

### ○ **OBJETIVOS**

Proporcionar a los participantes las herramientas para despertar la creatividad hacia la innovación de las organizaciones y sus procesos

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

- Algunas Nociones
- ¿Qué es innovación?
- Niveles de innovación
- Pilares de innovación
- Principios básicos
- ¿Qué es el método Lombard?
- Dreamers





## DESARROLLANDO TU MODELO DE NEGOCIO

<b>CURSO</b>	Desarrollando tu modelo de negocio
<b>MODALIDAD</b>	Presencial
<b>DURACIÓN</b>	12 horas

### ○ **OBJETIVO**

Que el participante genere y desarrolle una idea de negocio a través de distintos enfoques y modelos de innovación empresarial (Canvas y Lean Canvas) con el fin de crear proyectos competitivos que se adecuen a las necesidades del entorno.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

- Módulo 1. Emprendimiento y modelo de negocios  
Perfil del emprendedor  
Importancia de la innovación en el emprendimiento
- Módulo 2. Análisis de clientes y creación de la propuesta de valor  
Segmento de clientes  
Canales  
Relación con los clientes  
Propuesta de valor



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



- Módulo 3. Estructuración integral del modelo
  - Actividades clave \*
  - Recursos clave
  - Alianzas estratégicas
- Módulo 4. Análisis financiero y aspectos legales
  - Fuentes de ingresos
  - Costos y proyecciones financieras
  - Evaluación financiera



## DESPIERTA TU ESPÍRITU EMPRENDEDOR

<b>CURSO</b>	Despierta tu espíritu emprendedor
<b>MODALIDAD</b>	Presencial
<b>DURACIÓN</b>	12 horas

### ○ OBJETIVO

El participante será capaz de analizar y comprender que el análisis FODA es una herramienta útil que lo prepara para los futuros desafíos, y contribuirá en su crecimiento personal y profesional como emprendedor

### ○ CONTENIDO TEMÁTICO

- Comparativo cultural entre México, Canadá y estados unidos
- Actitud y emprendimiento
- El análisis FODA personal
- Practica: Elaboración del análisis FODA por cada participante
- Teste de la “ Declaración de los valores personales”



## EMPRENDIMIENTO Y TRABAJO EN EQUIPO EFECTIVO

<b>CURSO</b>	Emprendimiento y trabajo en equipo
<b>MODALIDAD</b>	Presencial
<b>DURACIÓN</b>	12 horas

### ○ **OBJETIVO**

El participante será capaz de reconocer el valor que agrega el trabajo en equipo, identificándolo como un aspecto clave para que su proyecto de emprendimiento tenga éxito. Asimismo, desarrollara habilidades y aplicara técnicas efectivas para lograr la integración de un equipo de trabajo.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

- Antecedentes, características, beneficios y definición de trabajo en equipo
- Habilidades y herramientas para el trabajo efectivo en equipos
- Fases del desarrollo del trabajo en equipo
- Establecimiento de objetivos, actividades y metas para el trabajo efectivo en equipo



## INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO PARA CONSOLIDAR TU MODELO DE NEGOCIO

<b>CURSO</b>	Innovación y emprendimiento para consolidar tu modelo de negocio
<b>MODALIDAD</b>	Presencial
<b>DURACIÓN</b>	9 horas

### ○ **OBJETIVOS**

- Aprender a planificar y diseñar nuevas estrategias de negocio que se centran en la creación de valor
- Adquirir las competencias y capacidades para fomentar y llevar la innovación sostenible a través de las etapas de la innovación
- Desarrollar habilidades claves para ser un líder que transformara la capacidad de la organización de innovar

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

1. Pensamiento creativo
  - ¿Qué es innovación?
  - Creatividad
2. ¿Cómo funciona un equipo creativo?
  - Conducta creativa y equipos creativos



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



- Foco creativo
  - Cazando tendencias
  - Composición de un equipo creativo
  - Divergencia
  - Convergencia
- 3. Modelos de innovación**
- Modulo IDEO - Design Thinking (Tom Klley y Tim Brown)
  - La estrategia del océano azul – Kim y Mauborgne
  - Si funciona, cámbialo - Franc Ponti / Josep Maria Ferrer Arpí
- 4. Modelos de negocio e innovación: análisis de casos**
- Donde salen las buenas ideas - Steven Johnson



## PLAN DE NEGOCIOS

<b>TALLER:</b>	Plan de negocios.
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	39 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Dar a conocer a los participantes los elementos que contiene un plan de negocio, así como sensibilizarlos acerca de la importancia de su elaboración para aumentar las probabilidades de éxito de una empresa, proporcionándole los conocimientos y las herramientas necesarias para realizarlo.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante

- Será capaz de identificar con exactitud las posibilidades de éxito de su proyecto.
- Tendrá un panorama amplio de los mercados que puede atacar y cómo deberá hacerlo.
- Habrá trabajado en la elaboración de su propio plan de negocio.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

Tema 1.1. PERFIL DEL EMPRENDEDOR

Tema 1.2. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



Tema 1.3 DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

Tema 2. ANÁLISIS DE MERCADO

Tema 3. ANÁLISIS TÉCNICO

Tema 3.1. Tamaño de la planta, localización de la planta, diagrama de distribución de la planta, proceso de producción, diagrama de flujo del proceso.

Tema 3.2. Controles de calidad.

Tema 3.3. Costo.

Tema 4. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN.

Tema 4.1. Organigrama

Tema 5. MARCO LEGAL.

Tema 5.1. Permisos

Tema 5.2. Forma Jurídica

Tema 6. EVALUACIÓN FINANCIERA.

Tema 6.1. Presupuestos

MODELO CANVAS

Tema 1. CANVAS: ELEMENTOS DEL MODELO.

OPCIONES DE INCUBACIÓN ADICIONALES





## TALLER: ELABORA TU PLAN EMPRENDEDOR

<b>TALLER:</b>	Elaboración de plan de negocios
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	30 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Elaborar un Plan de Negocios.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante será capaz de:

- Determinar el modelo de negocio y la cuantificación del mercado.
- Determinar los diferentes costos que se presenten en su negocio, así como conocer las funciones específicas de cada área.
- Determinar la forma jurídica que tenga su empresa. También podrá realizar la evaluación financiera del proyecto.



Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de Contaduría y Administración  
Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y  
Mediana Empresa



○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Modelo de negocio y mercado.
2. Aspectos técnicos y administrativos.
3. Aspectos legales y financieros.

○ **REQUISITOS:**

- Haber tomado el curso: Plan de Negocios, o en su caso pertenecer al área administrativa o contable.
- Traer una computadora portátil y una memoria U



## TALLER: PRESENTACIONES PARA CONVENCER

<b>TALLER:</b>	Taller presentaciones para convencer
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	9 horas

### ○ **OBJETIVO:**

El participante será capaz de realizar presentaciones que capten la atención y el interés del público en su proyecto, producto o servicio transmitiendo con claridad su mensaje.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Planeación y elaboración de presentaciones de impacto
2. Práctica: Presentaciones.



## CURSOS Y TALLERES EN ÁREAS DE ESPECIALIDAD

### ACTUALIZACIÓN CONTABLE

<b>CURSO</b>	Actualización Contable.
<b>MODALIDAD</b>	Presencial
<b>DURACIÓN</b>	20 horas

#### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

##### 1.- Normas de información Financiera

- 1.1 Serie A Marco Conceptual
- 1.2 Serie B Normas Aplicables a los Estados Financieros en su conjunto
- 1.3 Serie C Normas aplicables a conceptos específicos de los Estados Financieros
- 1.4 Serie D Determinación de resultados
- 1.5 Serie E Actividades especializadas de distintos sectores.

##### 2.- Registros Contables de acuerdo a las Nif's

- 2.1 Registro de compras
- 2.2 registro de ventas
- 2.3 Registro de gastos operativos
- 2.4 Registro y cálculo de Nómina de empleados
- 2.5 Registro y cálculo de Finiquitos y liquidaciones
- 2.6 Registro del Costo social de la nómina
- 2.7 Registro de Honorarios Profesionales



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



- 2.8 Registro de Adquisición de Activos
- 2.9 Registro de Depreciaciones
- 2.10 Registro de Amortizaciones
- 2.11 Registro y valuación de inventarios.
- 2.12 Registro de Pasivos
- 2.13 Registro de Provisiones
- 2.14 Registro de impuestos.
- 2.15 Registro de Resultados
- 2.16 Traspaso de Saldos
- 2.17 Cierre Contable

**3.- Elaboración de los reportes financieros**

- 3.1 Estado de Posición Financiera
  - 3.1.1 Formas de presentación
  - 2.2 Reglas de presentación
  - 2.3 Ejercicios Prácticos
- 3.2 Estado de Resultados Integral
  - 3.2.1 Estructura
  - 3.2.2 RIF (Resultado Integral de Financiamiento)
  - 3.2.3 Ejercicios Prácticos
- 3.3 Estado de Flujo de Efectivo
  - 3.3.1 Estructura
  - 3.3.2 Reglas para su elaboración
  - 3.3.3 Método Directo
  - 3.3.4 Método Indirecto
  - 3.3.5 Casos prácticos



## ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS-CAPITAL HUMANO

<b>CURSO:</b>	Administración de proyectos- Capital Humano
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	20 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Apoyar el éxito de la administración de proyectos mediante el conocimiento, tratamiento y gestión del capital humano, factor determinante en la productividad de las empresas.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Conocer y comprender el comportamiento humano.
- Gestionar los recursos humanos para incrementar la productividad Aprender el arte de la negociación.
- Desarrollar y aplicar las habilidades de liderazgo.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Factores Clave de Éxito en el Proyecto
2. Enfoque de Recursos Humanos
3. Inteligencia Emocional aplicada al liderazgo
4. Negociación
5. Responsabilidad Profesional



## ANÁLISIS FODA PERSONAL

<b>TALLER:</b>	Análisis FODA personal
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	6 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

El participante será capaz de analizar y comprender que en Análisis FODA es una herramienta útil que lo prepara para los futuros desafíos, y contribuirá en su crecimiento personal y profesional.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Comparativo cultural entre México, Canadá y Estados Unidos
2. Importancia de la actitud
3. Descripción del análisis FODA personal
4. Práctica: elaboración del análisis FODA por cada participante
5. Test de la declaración de los valores personales



## ANÁLISIS Y ADMINISTRACIÓN DE PORTAFOLIOS DE INVERSIÓN

<b>CURSO:</b>	Análisis y administración de portafolios de inversión
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	20 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Los participantes aprenderán a conformar y administrar un portafolio de inversión accionario, considerando las diferentes teorías, indicadores y estrategias de inversión, y de acuerdo a cada perfil de inversionista.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Comprender la relación riesgo y rendimiento de un activo
- Comprender y aplicar la teoría de diversificación de portafolios
- Evaluar el desempeño y expectativas de un portafolio de inversión
- Comprender y evaluar el desempeño de los fondos de inversión.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Introducción al análisis de inversiones
2. El riesgo y rendimiento
3. La diversificación y portafolios de inversión
4. Portafolios óptimos y frontera eficiente
5. El modelo de valuación de activos financieros (CAPM)
6. Indicadores de desempeño de portafolios
7. Análisis de portafolios y fondos de inversión con Economía



## ASPECTOS LEGALES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

<b>CURSO:</b>	Aspectos Legales del Comercio Electrónico
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	20 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

El participante conocerá la forma de proteger su negocio en línea integrando a su página electrónica los elementos establecidos en diversas legislaciones que rigen nuestro marco jurídico, tales como su Aviso de Privacidad, protección de Propiedad Intelectual, legislación aduanera y principal. Tratados Internacionales celebrados por nuestro país.

### ○ **OBJETIVOS FORMATIVOS**

El participante contará con las principales herramientas jurídicas para resguardar su patrimonio y el de su empresa.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

1. Módulo I. Telecomunicaciones y Propiedad Intelectual.
2. Módulo II. Contratos para las diferentes formas de enajenación de derechos de Propiedad Intelectual.
3. Módulo III. Comercio electrónico y Protección de Datos Personales.
4. Módulo IV. Aspectos fiscales y aduaneros del Comercio electrónico.



## ASPECTOS RELEVANTES DEL COMERCIO EXTERIOR

<b>CURSO</b>	Aspectos relevantes del comercio exterior
<b>MODALIDAD</b>	Presencial
<b>DURACIÓN</b>	20 horas

### ○ **OBJETIVO**

Conocer y administrar los principales conceptos del Comercio Exterior y Operación Aduanera, para una mejor toma de decisiones en las operaciones de importación y exportación de mercancías.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

1. Marco Normativo
  - Ley Aduanera y su Reglamento.
  - Ley de Comercio Exterior y su Reglamento.
  - Reglas de Comercio Exterior
2. Facultades de la Aduana en México.
3. La Aduana Inteligente
  - Qué es
  - Estrategias que ha adoptado la autoridad.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



4. Obligaciones del Importador y Exportador.
5. Regímenes Aduaneros
6. Bases generales de interpretación en la clasificación arancelaria.
  - Qué es el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.
  - Criterios generales de interpretación.
7. Agente Aduanal
8. Representante legal
9. Regulaciones y Restricciones No Arancelarias
10. Tratados de Libre Comercio, Certificado y Reglas de Origen
11. Administración de Riesgos Aduaneros y de Comercio exterior
12. Procedimientos administrativos
13. Infracciones en el comercio exterior
14. Delitos en el Comercio Exterior
  - Defraudación fiscal
  - Contrabando
15. Juicios orales.

## BALANCED SCORECARD: HERRAMIENTA EMPRESARIAL PARA LA TOMA DE DECISIONES

<b>CURSO:</b>	Balanced Scorecard: Herramienta empresarial para la toma de decisiones.
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	15 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Identificar la metodología para la elaboración de un Tablero de Mando Integral (Balanced Scorecard) y la creación de índices para valorar la gestión en busca de agregar valor a la empresa mediante la toma de decisiones.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante será capaz de:

- Crear una herramienta para la gestión estratégica.
- Tomar decisiones que beneficien a su empresa.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Las mediciones en la empresa.
2. Generalidades del Balanced Scorecard.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



3. El aprendizaje y capacitación en el factor humano.
4. El Tablero de Mando Integral.
5. Importancia de las perspectivas entre directores, accionistas o empresarios.
6. Importancia de los indicadores de medición.
7. La valuación de la gestión como resultante de la toma de decisiones y el resultado financiero.
8. Indicadores de planeación



## Coaching y Liderazgo

<b>CURSO</b>	Comercio electrónico
<b>MODALIDAD</b>	Presencial
<b>DURACIÓN</b>	20 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Conocer las generalidades del liderazgo y desarrollar habilidades que le permitan al participante convertirse en un líder exitoso, fomentando la instrumentación de un liderazgo basado en el Coaching como una estrategia de Aprendizaje y Desarrollo de Talento; centrando el rol del líder en el desarrollo de competencias de la persona para generar el resultado.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante será capaz de:

- Tener actitud de liderazgo en su vida personal y, en especial, en el ámbito organizacional.
- Establecer relaciones efectivas y de largo plazo.

### ○ **RECURSOS Y ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS**

- Asesoría presencial.
- Lectura de publicaciones y textos relacionados.
- Trabajo en equipo.



## ○ CONTENIDO TEMÁTICO:

1. Conceptos Generales
2. Organización de Espacios de Acción
3. Antecedentes del Coaching
4. El Directivo Como Líder
5. Principios del Coaching



## COMERCIO ELECTRÓNICO

<b>CURSO</b>	Comercio electrónico
<b>MODALIDAD</b>	Presencial
<b>DURACIÓN</b>	20 horas

### ○ **OBJETIVO**

El estudio de este tema te permitirá entender los aspectos legales del comercio electrónico a partir del conocimiento de su legislación y las obligaciones establecidas para esta modalidad de negocio, a fin de que puedas emprender, trabajar o asesorar a un establecimiento en línea.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

1. Tratamiento jurídico del comercio electrónico en la legislación nacional
2. El Aviso de Privacidad
3. Términos y condiciones
4. Autorregulación.
5. La firma electrónica avanzada (e.firma)
6. Factura electrónica:
7. La red de redes multi-jurisdiccional
8. Las controversias relativas al Comercio Electrónico



## COMUNICACIÓN EN EL AULA Y PRESENTACIONES DINÁMICAS

<b>TALLER:</b>	Comunicación en el aula y presentaciones dinámicas
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	21 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Ofrecer al participante herramientas esenciales para comunicarse con seguridad en público, así como desarrollar y realizar con efectividad presentaciones orales frente a uno o más interlocutores, a través de diversos medios, en ambientes diferentes, con expresiones corporales adecuadas y ante diversos tipos de auditorios.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Que el participante:

- Aprenda los elementos de una buena y correcta comunicación, así como la importancia de la misma para alcanzar sus objetivos (enseñar, convencer, vender...).
- Aprenda las bases prácticas que le ayuden a planificar, desarrollar, y exponer presentaciones sobre diversos temas, utilizando los medios adecuados, y adaptándolas a diversos espacios, a fin de poder transmitir cualquier mensaje, de acuerdo a sus necesidades.
- Desarrolle la habilidad para preparar y realizar exposiciones orales ante de uno o más interlocutores, explotando al máximo sus expresiones corporales.



○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Conócete a ti mismo. Actitudes durante una presentación.
2. Los elementos clave de la comunicación.
3. Planeación y diseño de una presentación visual.
4. Expresión oral, visual y corporal.
5. Las reuniones de trabajo y la administración del tiempo.
6. Ejercicio práctico de presentación
7. Ejercicio práctico de presentación visual.

## CONSOLIDANDO A LA PYME A TRAVÉS DE LA ATRACCIÓN, SELECCIÓN Y DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO

<b>CURSO:</b>	Consolidando a la Pyme a través de la atracción, selección y desarrollo del talento humano
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	15 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Al concluir, los participantes tendrán una visión del nuevo entorno laboral e identificarán las ventajas que ofrece la creación y desarrollo de pequeñas y medianas empresas no sólo como medio de autoempleo, sino como un mecanismo de desarrollo y realización personal.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Evolución del mercado laboral
2. Las competencias laborales del Siglo XXI
3. El emprendedor-empresario: un estilo de vida
4. Áreas funcionales básicas de los negocios
5. Principales distintivos de la oferta de valor
  - a. Precio
  - b. Calidad del producto
  - c. Calidad en el servicio
6. La infraestructura administrativa



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



7. Importancia del Talento Humano y los procesos de reclutamiento, selección y contratación.
8. Elementos para el desarrollo del Talento Humano
  - a. Comunicación
  - b. Actitud de servicio
  - c. Trabajo en equipo
  - d. Solución de conflictos
  - e. Calidad de vida
9. Retención del Talento Humano
  - a. Objetivos personales y objetivos de la empresa
  - b. Perfil del puesto perfil del ocupante
  - c. Desarrollo de competencias laborales
  - d. Plan de carrera
  - e. Programa de incentivos
10. Plan de vida
  - a. Actitudes y aptitudes
  - b. Análisis FODA individual
  - c. Estrategias y objetivos personales de desarrollo
  - d. La cultura laboral



## CONTABILIDAD PARA NO CONTADORES

<b>CURSO:</b>	Contabilidad para no contadores
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	20 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Conocer, entender y aplicar los principales conceptos y resultados contables, para la correcta toma de decisiones dentro de su negocio.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, participante:

- Conocerá, entenderá y aplicará los principales estados financieros de una empresa, su aplicación y su utilidad.
- Habrá puesto en práctica con ejercicios prácticos lo aprendido en el curso.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Contabilidad: herramienta de control.
  - a) Concepto de contabilidad.
  - b) Importancia.
2. Naturaleza y clasificación de las cuentas.
  - a) Naturaleza de las cuentas de activo.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



- b) Naturaleza de las cuentas de pasivo y capital.
  - c) Naturaleza de las cuentas de resultados.
  - d) Teoría de la partida doble.
3. Sistemas de contabilidad.
- a) Continental.
  - b) Analítico o pormenorizado.
  - c) Inventarios perpetuos.
4. Elaboración de Estados Financieros.
- a) Estado de Resultado Integral.
  - b) Estado de Situación Financiera



## CONTABILIDAD PARA NO CONTADORES II

<b>CURSO:</b>	Contabilidad para no contadores II
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	20 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Conocer la estructura e integración de los estados financieros básico; así como; reconocer la importancia que tiene el registro de operaciones contables en la toma de decisiones de una entidad

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

I Estructura e integración de los Estados Financieros.

- 1.- Estados de Situación Financiera
- 2.- Estado de Resultado Integral
- 3.- Estado de Flujo de Efectivo
- 4.- La partida doble y su importancia en su registro contable
- 5.- Catalogo de cuentas y la guía contabilizadora



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



- 6.- Libros de contabilidad (libro Diario General y Libro Mayor)
- 7.- Diagrama de flujo para el registro de operaciones financieras
- 8.- Registro de Operaciones contables de una entidad económica
- 9.- Cierre Contable de una entidad económica
- 10.- Elaboración de casos prácticos integrales

○ **DESARROLLO DE LA CÁTEDRA:**

Técnicas: Dinámicas, conferencias impartidas por el instructor, didácticas, plenarias de discusión y análisis de casos.

○ **MATERIAL DIDÁCTICO:**

Material facilitado por el consultor, pizarrón y en ejercicios prácticos





## CONTABILIDAD Y REVISIONES ELECTRÓNICAS, BUZÓN TRIBUTARIO Y DISCREPANCIA FISCAL

<b>CURSO:</b>	Contabilidad electrónica
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	5 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Comprender los principios básicos de la contabilidad para aplicarlos a las disposiciones fiscales vigentes en el Sistema Tributario para las revisiones electrónicas, discrepancia fiscal, delitos y sanciones.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante:

- Tendrá los conocimientos necesarios de contabilidad básica.
- Conocerá las disposiciones fiscales actuales en el Sistema Tributario.
- Identificará los requerimientos para los procedimientos de revisiones electrónicas.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Contabilidad Financiera (aspectos generales).



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



2. Disposiciones fiscales que obligan llevar contabilidad en los diferentes regímenes y sus características.
3. Integración contable conforme al Código Fiscal de la Federación y su Reglamento.
4. Obligación de resguardar la información contable.
5. Plazos para registrar las operaciones en la contabilidad.
6. Obligación de subir a la página del SAT, a través del Buzón Tributario, la información que integra la contabilidad.
  - a) Reglas de Miscelánea Aplicables.
  - b) Información que deberá ingresarse de forma periódica.
  - c) Información que podrá solicitar la autoridad con posteridad en el ejercicio de facultades de comprobación por devoluciones de IVA revisiones electrónicas.
  - d) Plazos para subir la contabilidad en la página del SAT de acuerdo a la RMF.
  - e) Procedimientos para la corrección de la información ya entregada a la autoridad.
  - f) La balanza de comprobación del contribuyente su traducción a la de la Autoridad Fiscal.
7. Reformas Fiscales aplicables a las revisiones electrónicas.
8. Procedimiento de revisión electrónica.
9. Procedimiento de discrepancia fiscal, delitos y sanciones para las personas físicas.
10. Sugerencias y recomendaciones.
11. Aclaración de dudas



## CONTRALORÍA

<b>CURSO:</b>	Contraloría
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	15 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Conocer las funciones propias de una contraloría de una empresa, no importando el tamaño de la misma y si existe el puesto de Contralor o no.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Generalidades
  - a. Definición de contraloría.
  - b. Sistema de Control Interno.
  - c. Ingeniería Financiera.
  - d. Gestión Administrativa.
  - e. Contabilidad Integral.
  - f. Responsabilidades y funciones: Finanzas, Tesorería y administración.
  - g. Responsabilidades y Función del Contralor.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



2. Manual de Políticas y Procedimientos
  - a. Ejemplo de políticas de gastos.
  - b. Introducción de control interno.
3. Contabilidad Financiera
  - a. Aplicación de las NIFs
  - b. Estados Financieros Básicos.
  - c. Ingresos Nic 18.
  - d. Cambios Contables y Corrección de Errores NIF B-1.
  - e. Estado de Flujo de Efectivo NIF B-2.
  - f. Estado de Resultados NIF B-3.
  - g. Efectos de la Inflación NIF B-10.
  - h. Hechos  
NIF posteriores a la fecha
  - B-13. De los estados financieros
  - i. Partes Relacionadas NIF C-13.
  - k. Beneficios a los empleados, NIF D-3.
  - l. Impuestos a la utilidad, NIF D-4.
4. Contabilidad Presupuestaria
  - a. Presupuesto de ventas.
  - b. Presupuesto de producción.
  - c. Presupuesto de compras.
  - d. Presupuesto de gastos.
  - e. Presupuesto RIF e inversiones.
  - f. Tipos de presupuesto.
  - g. Presupuesto acorde a las normas de contabilidad.
  - h. Control presupuestal.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



5. Contabilidad de Impuestos
  - a. Impuesto Sobre la Renta
  - b. Impuesto al Valor Agregado.
  - c. Capacitación de sus elementos.
  - d. Asesoría Externa.
  - e. Mejoras a las NIFs 2015
6. Relación con la tesorería
  - a. Tesorería.
  - b. Cuentas por cobrar.
  - c. Cuentas por Pagar.
  - d. Pronóstico de cobranza.
  - e. Pronóstico de pagos.
7. Relación con la Administración Financiera
  - a. Estados Financieros.
  - b. Anexos al paquete administrativo y financiero.
  - c. Análisis financiero.
  - d. Plan de negocios.
  - e. Consolidación Financiera.
8. Comunicación con otras áreas dentro de la empresa
  - a. Definición de Áreas en una empresa.
  - b. Ubicación de las áreas dentro de la organización.
  - c. Tipos de comunicación en una empresa.
  - d. Oportunidad de la comunicación con otras áreas.
  - e. Comunicación eficiente con las áreas operativas de la empresa.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



9. Auditoria externa
  - a. Auditoría financiera.
  - b. Auditoría fiscal.
  - c. Auditoría IMSS.
  - d. Relación con los auditores externos.
10. Equipo de trabajo
  - a. Sobre la capacidad profesional.
  - b. Sobre la capacitación.
  - c. Sobre la lealtad.
  - d. Sobre el compromiso
  - e. Un equipo de trabajo capaz y leal.



## CONTROL DE GESTIÓN Y LOS PRESUPUESTOS

<b>CURSO:</b>	Control de gestión y los presupuestos
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	5 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Desarrollar un control de gestión basada en la instalación de un sistema de control presupuestal en la empresa.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Conceptos generales.
  - a. Control de gestión.
  - b. Definición de presupuestos.
  - c. Diferencia entre presupuestos y control presupuestal.
2. La planeación estratégica y el control.
3. Procesos de un presupuesto.
  - a. Planeación, Implementación, control de los presupuestos y su gestión.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



4. Sistema de control presupuestal integrado.
  - a. Desde un ligero control presupuestal hasta un férreo control presupuestal.
5. Técnicas presupuestarias.
  - a. Métodos para pronosticar ventas.
  - b. Análisis de punto de equilibrio.
  - c. Determinación de costos estándar.
  - d. Presupuestos Flexibles.
  - e. Investigación de operaciones (ventas, producción, inventarios.)
  - f. Determinación de la capacidad de producción.
  - g. Presupuesto ABC.
6. Los indicadores de gestión y el Balanced Scorecard.
7. Principales funciones de los ejecutivos dentro de un control presupuestal.



## COSTOS BASADOS EN LA ACTIVIDAD (COSTOS ABC)

<b>CURSO:</b>	Costos basados en la actividad (costos ABC)
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	15 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Determinar los costos de las actividades que se llevan a cabo en una compañía, y la utilización de dichas actividades por cada uno de los productos o servicios elaborados. Este sistema conocido como Activity Based Costing permite además la comparación de los costos propios de determinadas actividades con los costos de terceros, lo que implicará decisiones estratégicas como las de jerarquizar actividades o aplicar recursos para su mejoramiento dentro de la Empresa.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Introducción al ABC
  - a. Contexto histórico del ABC
  - b. Identificación de actividades que no agregan valor
  - c. MPD, MOD y CI de producción y su participación en el costo integral
  
2. Aspectos fundamentales del sistema ABC y los centros de responsabilidad
  - a. Las Actividades: ABC Empresa de Manufactura, ABC empresa de servicios



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



- b. Clasificación de las actividades según distintos criterios
  - c. Centros de responsabilidad
3. Proceso aplicable en el sistema ABC
- a. Identificar actividades y asignar los costos indirectos a cada actividad en proporción al empleo de recursos.
  - b. Identificar generadores de costo apropiados para cada actividad e imputar los costos indirectos a los productos, servicio o clientes.
4. El ABC y las empresas de servicios
- a. Una asignación más precisa de gastos indirectos
  - b. El ABC y costos fijos vs. Variables
  - c. Cost Drivers
5. El ABC y las empresas de manufactura
- a. Comparación de análisis estratégico frente al análisis tradicional
  - b. El porqué de una gerencia estratégica de costos
  - c. Utilización del ABC para una mejor gestión
6. Costos basados en el tiempo invertido en la actividad
- a. Costo por unidad de tiempo.
  - b. Estimación de unidad de tiempo en cada actividad.
  - c. Generador universal.



## CURSO DE INFLUENCIADORES

<b>CURSO</b>	Curso de influenciadores
<b>MODALIDAD</b>	Presencial
<b>DURACIÓN</b>	80 horas

### ○ **DIRIGIDO A**

Emprendedores, Empresarios con nuevos desarrollos de producto, Principiantes de emprendedor.

### ○ **OBJETIVO**

Que el alumno implemente un plan de mercadotecnia digital acorde a su estrategia que le permita vender o dar a conocer productos o servicios en internet.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

Tema 1. Planeación estratégica Duración: 20 horas

Tema 2. Plan estratégico de mercadotecnia Duración: 20 horas Tema 3. Medios de comunicación digital Duración: 20 horas Tema 4. Categorías de mercadotecnia digital Duración: 20 horas.

## EL CONTROL INTERNO EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

<b>TALLER:</b>	El control interno en la Gestión Empresarial
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	5 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Conocer los componentes del control interno y su aplicación en el desarrollo de las mejores prácticas del desempeño de la gestión empresarial, adoptando a la planeación estratégica como una piedra angular donde la administración de los riesgos y los controles son de primordial relevancia en las corporaciones.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. El control interno y la planeación estratégica.
  - a. Visión.
  - b. Misión.
  - c. Valores.
2. Marco básico del control interno.
3. Mejores prácticas corporativas en el control interno.
  - a. Mejores prácticas a nivel mundial (COSO).
  - b. Mejores prácticas empresariales en México (Consejo coordinador empresarial).
4. Premisas básicas del control interno.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



5. Objetivos del control interno.
  
6. Componentes del control interno.
  - a. Ambiente de control.
  - b. Actividad de control.
  - c. Evaluación del riesgo.
  - d. Información y comunicación.
  - e. Monitoreo.
  
7. Los presupuestos y el control interno.
  
8. El Balance Scorecard en el control interno.

## EL COSTO DE VENTAS Y SUS EFECTOS FISCALES

<b>TALLER:</b>	El Costo de Ventas y sus Efectos Fiscales
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	10 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Conocer los sistemas, métodos y procedimientos para la determinación del costo de lo vendido, sus implicaciones contables financieras y fiscales, así como analizar las fórmulas de asignación de costo para la valuación de inventarios.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. La contabilidad de costos y sus objetivos
  - a. La contabilidad financiera (NIFs) y la contabilidad para efectos fiscales (Art 28 CFF)
  - b. Contabilidad de costo
  - c. Definición de costo
  - d. Clasificación de los costos
  
2. Los sistemas de costeo
  - a. Sistema de Costeo Absorbente
  - b. Sistema de Costeo Directo
  - c. Diferencia entre costeo absorbente y costeo directo
  
3. Costo de lo vendido
  - a. Del costo de lo vendido (Art 39 LISR)
  - b. Inventario (NIF C-4)
  - c. Costo superior al precio de mercado o de reposición (Art 42 LISR)

4. Costo integral o total
  - a. Costo de producción, costo de servicio o costo de comercialización
  - b. Costo de operación
  - c. Costo financiero
  - d. Costo fiscal
5. Sistema de costeo absorbente sobre la base de costos predeterminados (Art 69-B RISR)
  - a. Costo estándar y costo estimado
  - b. Procedimientos
  - c. Estimación de erogaciones (Art 30 LISR)
6. Determinación y análisis de desviaciones en los costos estándar
  - a. Contabilización y disposición de las desviaciones
  - b. Estado de costo de producción de lo vendido
7. El Costo de Venta
  - a. La valuación del inventario
  - b. Estimación del costo a deducir para efectos de los anticipos de clientes
8. Métodos de valuación de inventarios (Art 41 LISR)
  - a. Primeras entradas primeras salidas (PEPS)
  - b. Costos identificados
  - c. Costo promedio
  - d. Detallista (Regla 1.3.3.3.2.- RM 2014)
  - e. Casos prácticos
9. Comparación NIF C-4 y LISR

## EL MANEJO DE LOS DATOS PERSONALES DE LA EMPRESA

<b>TALLER:</b>	El manejo de los datos personales en la empresa
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	10 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Que los participantes identifiquen los datos personales, sus modalidades, la creación y resguardo de las bases de datos, su naturaleza jurídica y el manejo de la información dentro de la empresa; así como la obligación de contar con el adecuado Aviso de Privacidad.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Naturaleza jurídica de los datos personales
2. Datos personales sensibles
3. Derechos ARCO
4. Manejo y custodia de las bases de datos y su contenido
5. Sanciones a las empresas por no contar con un adecuado aviso de privacidad
6. Elaboración del aviso de privacidad de las empresas.



## EL VALOR ECONÓMICO AGREGADO A LA EMPRESA

<b>TALLER:</b>	El Valor Económico Agregado a la empresa
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	5 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Conocer y calcular el valor económico agregado para poder determinar si la empresa está generando o destruyendo valor en sus actividades y a sus clientes.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. La gestión de valor en la empresa
  - a. Actividades con valor
  - b. Valor agregado al cliente
  
2. El capital invertido en la empresa
  - a. Financiamiento externo
  - b. Financiamiento interno
  
3. El costo del capital
  - a. Costo de pasivo a largo plazo
  - b. Costo del capital contable



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



4. Cálculo del costo de capital promedio ponderado (WACC)
  - a. El costo de capital promedio ponderado para calcular el valor económico agregado
  - b. El costo de capital promedio ponderado para saber el costo del dinero en la empresa
  
5. Cálculo del Valor Económico Agregado (EVA)
  - a. Utilidad de operación (EBIT)
  - b. Utilidad de operación después de impuesto
  - c. Fórmula para calcular EVA
  - d. Interpretación del valor económico agregado
  
6. Aspectos conductuales de EVA
  - a. Valor económico agregado corporativo
  - b. Valor económico agregado por línea de producto, por línea de servicios, por artículo comercializado, por cliente, por área, por mercado, etc.



## ELEMENTOS PARA EL DESARROLLO DE PROCEDIMIENTOS

<b>CURSO:</b>	Elementos para el desarrollo de procedimientos
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	6 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Al finalizar el curso, los participantes serán capaces de reconocer los elementos básicos que integran los procedimientos, así como los diferentes tipos de manuales, su ámbito de aplicación e importancia para el buen funcionamiento de las entidades.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

Importancia de documentar la tecnología en una organización.

- a) Definiciones
- b) Objetivos de los manuales Tipos de manuales administrativos Elaboración de procedimientos
  - a) Propósito
  - b) Alcance
  - c) Políticas de operación
  - d) Diagrama del procedimiento
  - e) Descripción del procedimiento
  - f) Documentos de referencia
  - g) Glosario
  - h) Anexos Glosario Bibliografía



## ESTRATEGIA DE FIJACIÓN DE PRECIO

<b>CURSO:</b>	Estrategia de fijación de precio
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	10 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Que el participante desarrolle la capacidad de elegir la mejor estrategia en la fijación del precio de su producto o servicio.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante será capaz de:

- Conocer los elementos a tomar en cuenta para la fijación de precio.
- Tomar decisiones en cuanto al precio de su producto o servicio.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Concepto de Precio.
2. Factores Internos y Externos para la Fijación de Precios.
3. Políticas de Precios.
4. Estrategia de Fijación de Precio.
  - a. Competitivos.
  - b. Lanzamiento nuevo producto.
  - c. Psicológicos.
  - d. Diferenciales.



## ESTRATEGIA DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

<b>CURSO:</b>	Estrategia de marketing y comercialización
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	24 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Conocer ampliamente estrategias que permitan al participante tener un mayor manejo del mercado en el que participa.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante será capaz de:

- Elegir nuevas estrategias que le permitan ampliar su participación en el mercado.
- Tomar decisiones de Mercadotecnia y Comercialización para una mejor gestión de su organización.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Precio.
  - a. Estrategia de Precios.
  - b. Políticas de Precios.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



2. Canales de Distribución.
  - a. Canales de Distribución.
  - b. Puntos de Venta.
  - c. Políticas de Distribución.
  
3. Promoción.
  - a. Estrategia de Promoción.
  - b. Políticas de Promoción.
  - c. Campañas de Marketing.
  - d. Relaciones Públicas, Publicidad y Comunicación.
  
4. Imagen y Posicionamiento de Marca.
  - a. Análisis FODA.
  - b. Valor Diferencial frente a la Competencia.
  
5. Planificación de ventas.
  - a. Objetivos comerciales.
  - b. Presupuesto Comercial.

## ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

<b>CURSO:</b>	Estrategias de publicidad y promoción
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	15 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Conocer estrategias que le permitan al participante tener un nuevo medio para llegar a los consumidores.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante será capaz de:

- Generar estrategias promocionales que transmitan el mensaje que se quiere llegue al consumidor.
- Poseer nuevas herramientas que le permitan incrementar sus ventas y su participación en el mercado.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Concepto de Publicidad.
2. Tipos de Publicidad.
3. Toma de Decisiones.
  - a. Gestión de la Publicidad.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



- b. Presupuesto de Publicidad.
  - c. Mensaje.
  - d. Medio.
  - e. Tiempo de Emisión.
4. Promoción de Ventas.
- a. Concepto.
  - b. Objetivo.
  - c. Instrumentos





## EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

<b>CURSO:</b>	Evaluación de proyectos de inversión
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	30 horas

### ○ **OBJETIVOS GENERAL:**

Proporcionar al participante los principios teóricos y prácticos de la evaluación de proyectos de inversión.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al finalizar el curso, el participante habrá adquirido los conocimientos necesarios para determinar la conveniencia de ejecutar o no un proyecto de inversión, mediante la identificación, cuantificación y valoración de los flujos de costos y beneficios pertinentes de un proyecto, así como el cálculo de los indicadores de rentabilidad de los proyectos: Valor Presente Neto (VPN), Tasa Interna de Rendimiento (TIR) y Tasa de Rentabilidad Inmediata (TRI).

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Matemáticas Financieras
2. Criterios de rentabilidad en evaluación de proyectos
  - a. Valor Presente Neto



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



- b. Tasa Interna de Rendimiento
  - c. Periodo de recuperación de la inversión
  - d. Periodo de recuperación descontado
  - e. Costo anual equivalente
3. Construcción del flujo de costos y beneficios en la situación sin proyecto, con proyecto y del proyecto
4. Evaluación económica y financiera de proyectos
5. El tratamiento del riesgo y la incertidumbre en los proyectos de inversión.

## EXCEL BÁSICO PARA EMPRESAS

<b>CURSO:</b>	Excel básico para empresas
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	20 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Apropiarse de las herramientas ofrecidas por la hoja de cálculo Microsoft Excel, aprendiendo los conceptos básicos, sus usos y aplicaciones; con la finalidad de manipular la mayoría de las situaciones laborales que exigen una respuesta rápida, efectiva y eficiente en las organizaciones.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al finalizar cada actividad el participante podrá identificar, distinguir, aplicar e interpretar las herramientas básicas de la hoja de cálculo Microsoft Excel para uso empresarial.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Ambiente de trabajo en Excel
2. Gestión de datos
3. Formato y fuente
4. Manipulación de celdas y datos
5. Valores de la celda



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



6. Formato de los valores
7. Manipulación de la hoja de cálculo
8. Funciones de cálculo
9. Diseño y manejo de Gráficos
10. Imágenes y diagramas
11. Diseño y configuración de una hoja



## EXCEL INTERMEDIO PARA EMPRESAS

<b>CURSO:</b>	Excel intermedio para empresas
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	20 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Aprender a manejar las herramientas de Excel personalizando el enfoque y los ejercicios a su empresa con la finalidad de que se ajuste a sus necesidades y permita mejorar su productividad y el análisis de datos en las tareas que realizan a diario.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

El participante desarrollará las habilidades para el uso y la aplicación oportuna y eficiente de las herramientas de la hoja de cálculo Microsoft Excel para su uso empresarial.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Refuerzo de Excel
2. Formato de celdas y rangos de celdas
3. Formato condicional



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



4. Funciones contables y gráficos
5. Búsqueda de datos
6. Condicionales
7. Gestión de tablas
8. Tablas Dinámicas
9. Diseño y manejo minigráficos y organigramas
10. Ordenar y Filtrar datos
11. Correspondencia



## FINANZAS PARA NO FINANCIEROS

<b>CURSO:</b>	Finanzas para no financieros
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	20 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Generar conocimiento del área financiera para poder aplicarlos en su vida cotidiana logrando con esto maximizar sus recursos, así como poder formar una cultura financiera en los emprendedores.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante:

- Tendrá los conocimientos y técnicas para poder implantar estrategias financieras, ya sea en su negocio o en la vida diaria, que le permitan la máxima obtención de los recursos empleados.



Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de Contaduría y Administración  
Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y  
Mediana Empresa



○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Las Finanzas y su entorno.
2. Análisis de las necesidades de fondos.
3. Administración del efectivo.
4. Administración de las cuentas por cobrar y cuentas por pagar.
5. Las fuentes de financiamiento y su costo.
6. La planeación financiera y los presupuestos.





## FINANZAS PERSONALES

<b>CURSO:</b>	Finanzas personales
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	15 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Generar conocimiento del área financiera para poder aplicarlos en su vida cotidiana logrando con esto maximizar sus recursos, así como poder formar una cultura financiera en los emprendedores.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante:

- Tendrá los conocimientos y técnicas para poder implantar estrategias financieras, ya sea en su negocio o en la vida diaria, que le permitan la máxima obtención de los recursos empleados.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Las Finanzas y su entorno.
2. Análisis de las necesidades de fondos.
3. Administración del efectivo.
4. Administración de las cuentas por cobrar y cuentas por pagar.
5. Las fuentes de financiamiento y su costo.
6. La planeación financiera y los presupuestos.



## GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO

<b>CURSO:</b>	Gestión del capital humano
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	20 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Desarrollar habilidades y generar conocimientos que ayuden al manejo del Capital Humano en las organizaciones.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante será capaz de:

- Diseñar e implementar estrategias que le permitan potenciar las habilidades del Capital Humano.
- Tener un amplio conocimiento en la gestión del Capital Humano.
- Manejar el Capital Humano de su organización como una ventaja competitiva.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Concepto de Capital Humano.
2. Gestión Estratégica del Capital Humano.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



3. Planeación Estratégica del Capital Humano.
4. Proceso de Integración de Personal.
  - a. Análisis y Descripción de Puestos.
  - b. Reclutamiento.
  - c. Selección.
  - d. Contratación.
  - e. Inducción.
5. Capacitación y Desarrollo de Capital Humano.
6. Evaluación del Desempeño.
7. Remuneración



## HABILIDADES DE NEGOCIACIÓN

<b>CURSO:</b>	Habilidad de negociación.
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	15 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Generar conocimientos acerca de la negociación y desarrollar las habilidades necesarias para lograr el éxito en la misma.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante será capaz de:

- Identificar la importancia de la negociación.
- Conducir exitosamente un proceso de negociación.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Concepto de Negociación.
2. Comunicación.
3. Proceso de Negociación.
  - a. Preparación.
  - b. Desarrollo.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



- c. Cierre.
- 4. Características del negociador.
- 5. Estilos de Negociación.
- 6. Tácticas de Negociación.
- 7. Éxito en la negociación.
  - a. Claves importantes en una negociación exitosa.
  - b. Obstáculos y factores de éxito.



## HABILIDADES FINANCIERAS PARA TU VIDA

<b>CURSO:</b>	Habilidades financieras para tu vida
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	20 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

El participante será capaz de entender y desarrollar habilidades, que le permitan organizar sus finanzas personales y convertirse en un inversionista exitoso.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante:

- Podrá desarrollar técnicas para darle orden a sus finanzas personales básicas.
- Ubicar el tipo de inversionista en el que puede convertirse.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. La economía en las etapas de la vida: Etapa de 21 años hacia los 65 años.
2. Elaboración de nuestro presupuesto personal: Descubra su nivel de ingreso
3. Establecer metas financieras reales: Estructura del ingreso- egreso
4. Detectar el gasto que no necesitamos



## IMPUESTOS

<b>CURSO:</b>	Impuestos
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	36 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Introducir al participante al conocimiento del ámbito fiscal, conociendo las generalidades acerca de los impuestos.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante:

- Tendrá un conocimiento general sobre los impuestos.
- Será capaz de realizar el cálculo de impuestos.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

#### 1. Introducción

- a. Análisis constitucional.
- b. El derecho fiscal.
- c. Interpretación de la norma fiscal.
- d. Supletoriedad del CFF (Código Fiscal de la Federación)
- e. Tipos de contribuciones.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



- f. Infracciones y delitos.
  - g. Devoluciones y compensaciones.
2. Ley del ISR.
- a. Sujetos de impuesto y generalidades.
  - b. Personas morales.
  - c. Tasa de ISR.
  - d. Resultado fiscal.
  - e. Pérdidas fiscales.
  - f. Determinación de utilidad fiscal y del resultado fiscal.
  - g. Pagos provisionales.
  - h. Ingresos.
  - i. Deducciones.
  - j. Obligaciones
3. Impuesto al valor agregado.
- a. Sujetos del impuesto.
  - b. Actividades que se gravan.
  - c. Tasas aplicables.
  - d. Actos gravados y actos exentos.
  - e. Retención del impuesto.
  - f. Causación del impuesto.
  - g. Acreditamiento del impuesto.
  - h. Pagos mensuales.
  - i. Obligaciones





**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



4. IMSS E INFONAVIT.

- a. Ley del seguro social.
- b. Bases para el pago de cuotas (integración de salarios).
- c. Altas, bajas, modificaciones salarios.
- d. El ausentismo e incapacidades.
- e. Prima de riesgo en sus distintas variables.
- f. Medios de defensa.
- g. Aportaciones y descuentos por créditos de vivienda.



## INFORMACIÓN FINANCIERA PARA LA TOMA DE DECISIONES

<b>TALLER:</b>	Información financiera para la toma de decisiones.
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	24 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Introducir al participante a la Información Financiera, desarrollando habilidades que le permitan tomar decisiones que beneficien a la organización.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del taller, el participante será capaz de:

- Analizar los estados financieros básicos de una empresa.
- Tomar decisiones con base al análisis financiero.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Introducción a la Información Financiera.
2. Estados Financieros Básicos.
  - a. Balance General.
  - b. Estado de Resultados.
  - c. Estado de Flujos de Efectivo.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



- d. Estado de Variaciones en el Capital Contable.
3. Análisis Financiero.
- a. Por cientos integrales.
  - b. Análisis mediante razones financieras.
  - c. Análisis de aumentos y disminuciones.
  - d. Análisis de tendencias.
  - e. Análisis gráfico.
  - f. Análisis de los flujos de efectivo.
4. Toma de Decisiones.
- a. Decisiones de inversión
  - b. Decisiones de financiamiento.
  - c. Decisiones de estructura financiera



## INTRODUCCIÓN A LOS SISTEMAS DE COSTEO

<b>CURSO:</b>	Introducción a los sistemas de costeo
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	15 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Comprender la importancia de los costos, sus elementos y sus clasificaciones, así como los métodos que pueda aplicar para la correcta valuación de los recursos y poder tener un juicio más objetivo en la toma de decisiones.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante:

- Conocerá conceptos básicos de los costos, como se integran, así como la aplicación de sistemas existentes para determinar costos.
- Habrá trabajado en casos prácticos donde aprenderá las formas de aplicar los sistemas de costeo.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Sistemas de costeo
2. Preámbulo de los sistemas de costeo.
3. Costeo absorbente y costeo directo.
4. Costos estándar.
5. Costos relevantes para la Toma de Decisiones.
6. Costeo basado en la actividad.

## INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

<b>CURSO:</b>	Investigación de mercados
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	15 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Comprender el comportamiento de los mercados y los conceptos básicos para poder realizar una planeación estratégica que mejor convenga a su proyecto.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante:

- Conocerá conceptos básicos de mercado, cómo se integran y la aplicación adecuada de estrategias para determinar cursos de acción.
- Habrá trabajado en casos prácticos donde aprenderá las formas de aplicar y aprovechar las oportunidades a través de la valuación del mercado.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Concepto de negocio.
2. Concepto de mercado.
3. Valuación de mercado.



## LA TOMA DE DECISIONES Y EL ANÁLISIS DE COSTOS

<b>CURSO:</b>	La Toma de Decisiones y el Análisis de Costos
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	10 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Que el participante desarrolle habilidades para ayudar a tomar decisiones en base a los métodos de presentación de los costos para analizar aspectos relacionados con la rentabilidad del negocio.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Introducción
  - a. Que es un costo
  - b. Que elementos lo conforman
  - c. Clasificación de los costos
  
2. Estado de resultados
  - a. Cuentas que lo conforman
  - b. El impacto de los costos
  - c. Caso práctico



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



3. Punto de equilibrio
  - a. Análisis de costo-volumen-utilidad
  - b. Determinación del punto de equilibrio
  - c. Costos fijos y costos variables
  - d. Caso práctico
  
4. Enfoque por costeo directo
  - a. Elementos que lo integran
  - b. Caso práctico.
  
5. Enfoque por contribución marginal
  - a. Elementos que lo integran
  - b. Caso práctico
  
6. Costos relevantes y hundidos
  
7. Principales decisiones a corto plazo
  - a. Análisis de rangos de decisión
  - b. Alternativas
  - c. Caso práctico

## LA VALUACIÓN DEL INVENTARIO Y LA DETERMINACIÓN DEL COSTO DE LO VENDIDO

<b>CURSO:</b>	La Valuación del Inventario y la determinación del Costo de lo Vendido
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	5 horas

○ **OBJETIVO GENERAL:**

Revisar las implicaciones contables financieras y fiscales en la determinación del costo de ventas, y analizar los métodos para la valuación de inventarios.

○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. La contabilidad de costos y sus objetivos.
2. Los sistemas de costeo.
  - a. Sistema de Costeo Absorbente.
  - b. Sistema de Costeo Directo.
  - c. Diferencia entre costeo absorbente y costeo directo.
3. El sistema de costeo absorbente.
  - a. NIF C-4 Inventario.





**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



- b. Ley del ISR aspecto fiscal.
  
4. Métodos de valuación de inventario (NIF C-4).
  - a. Costo de adquisición.
  - b. Costo estándar.
  - c. Método detallista.
  
5. Sistema de Costeo Absorbente sobre la base de costos predeterminados.
  - a. Costo estándar.
  - b. Procedimiento.
  - c. Determinación de desviaciones.
  - d. Contabilización y disposición de las desviaciones.
  
6. Fórmulas de asignación del costo.
  - a. Primeras entradas primeras salidas.
  - b. Costo Promedio.
  - c. Costos identificados.
  
7. Comparación NIF C-4 y LISR



## LEAN PROJECT MANAGEMENT

<b>CURSO:</b>	Lean Project Managment
<b>MODALIDAD</b>	Presencial y no Línea
<b>DURACIÓN</b>	20 horas

### **DESCRIPCIÓN DE LA CAPACITACIÓN**

El curso sentara las bases para la definición, realización, construcción e implementación de un proyecto con Project Management.

### **OBJETIVOS DE LA CAPACITACIÓN**

#### **○ OBJETIVO GENERAL:**

Desarrollar conocimientos actitudes y valores para dirigir un proyecto con Project Management.

#### **○ OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Dar a conocer la cultura del Project Management

Aplicar el Project Management a un proyecto en todas sus fases

#### **○ OBJETIVOS FORMATIVOS**

Aplicar el paquete del PMI



## TÉCNICA DIDÁCTICA

Exposición, dinámicas, ejercicios en clase y aplicación a un caso.

## ○ CONTENIDO TEMÁTICO

1. Actitudes para lograr el éxito en los proyectos
2. Project Management Realidad, Moda o Necesidad
3. Arranque “Tengo un Proyecto”
4. Definición del Proyecto
5. Realización, construcción e implementación de un proyecto
6. Gestión del Cambio Change Management
7. Liderando un Proyecto
8. Cultura del Proyecto
9. Paquetería del PMI
10. Un caso de aplicación

## DESARROLLO DE LA CÁTEDRA

Técnicas: Dinámicas vivenciales, conferencias, lecturas individuales, trabajo en equipo, didácticas plenarias de discusión y análisis de casos.

## MATERIAL DIDÁCTICO

Material facilitado por el consultor, pizarrón, lap top, calculadoras, presentaciones electrónicas.

## EVALUACIÓN DEL CURSO

Si se requiere.



## LIDERAZGO EN LAS ORGANIZACIONES

<b>CURSO:</b>	Liderazgo en las organizaciones
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	15 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Conocer las generalidades del Liderazgo y desarrollar habilidades que le permitan al participante convertirse en un líder exitoso.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante será capaz de:

- Tener actitud de liderazgo en su vida personal y, en especial, en el ámbito organizacional.
- Establecer relaciones efectivas y de largo plazo.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Definición de Liderazgo.
2. Teorías de Liderazgo.
  - a. Teoría de los rasgos.
  - b. Teoría X/Y
  - c. Teoría de la malla gerencial.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



- d. Teoría del Liderazgo Situacional.
3. Estilos de Liderazgo.
    - a. Autoritario/Autocrático.
    - b. Liberal.
    - c. Democrático.
    - d. Burocrático.
    - e. Carismático.
    - f. Tradicional.
  4. Diferencia entre jefes y líderes.
  5. Factores clave para un líder exitoso.
    - a. Comunicación.
    - b. Trabajo en equipo.
    - c. Toma de decisiones.
    - d. Aceptar el cambio.
    - e. Correr riesgos.
    - f. Motivación.
    - g. Fijar metas.

## LIQUIDACIÓN DE SOCIEDADES

<b>CURSO:</b>	Liquidación de sociedades.
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	10 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Sirva el presente análisis para conocer y dar certidumbre a todos aquellos interesados en saber cómo se lleva a cabo una disolución y posterior liquidación de una sociedad, desde el punto de vista mercantil y las consecuencias que ello genera, así como las obligaciones fiscales que se derivan, desde la causación de contribuciones hasta el cumplimiento de avisos al RFC.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Generalidades de una liquidación en las sociedades mercantiles y sociedades civiles.
2. Inscripción de la disolución en el Registro Público de Comercio.
3. Acuerdo de la liquidación de la sociedad.
4. Levantar el inventario de activo y pasivo sociales.
5. Presentar el Balance Final de la liquidación.
6. Publicaciones del Balance Final de liquidación.
7. Efectos fiscales de los pagos correspondientes a los accionistas.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



8. Evaluación de utilidades distribuidas por pago de cuota de liquidación.
9. Presentación del aviso de liquidación.
10. Presentación de la declaración del ejercicio irregular previo a la liquidación.
11. Presentación de la declaración del ejercicio de liquidación:
  - a. Impuesto Sobre la Renta.
  - b. Impuesto Empresarial a Tasa Única.
  - c. Impuesto al Activo (liquidaciones iniciadas antes de 2008)
  - d. Pagos provisionales de IETU.
  - e. Pagos provisionales de ISR.
  - f. Pagos Provisionales de IMPAC.
12. Presentación del aviso de cancelación del RFC.
13. Presentación del dictamen fiscal.
14. Instructivo contable de los principales movimientos operativos.
15. Implicaciones en materia de IVA.
16. Formatos y escritos que se presentan ante el RFC.
17. Responsabilidad solidaria para el liquidador y los accionistas.
18. Documentación corporativa que se requiere previa y durante la liquidación de sociedades.



## MARKETING DIGITAL

<b>CURSO:</b>	Marketing Digital
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	20 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

El participante será capaz de manejar las principales redes sociales aplicadas a la mercadotecnia, conceptos de marca y tendencias en lo digital.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Mercadotecnia Digital
  - Introducción al Marketing Digital
  - Internet y las principales redes sociales
  - Publicidad en redes sociales
  - Social Media Manager y Community Manager
  - Pymes y Marketing en Redes Sociales
2. Utilidades en las redes
  - Investigación de mercados en redes sociales
  - Investigación en la reputación online
  - Perfiles de empresas en redes sociales





**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



3. Tendencias en la Mercadotecnia
  - Publicidad y promociones online en redes sociales
  - Boca-oído: Marketing viral
  - Boca-oído: Blog marketing
  - Marketing de contenidos
  - Marketing en dispositivos móviles
  - SMS marketing
  - Geolocalización
  - Marketing y Apps
  
4. Marca
  - Importancia de la marca
  - Tipos de marca
  - Valor de la marca
  - Registro de marca en México.

## NEURO-VENTAS

<b>CURSO:</b>	Neuro-Ventas
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	20 horas

○ **OBJETIVO GENERAL:**

Tener los conocimientos teórico-prácticos de las técnicas y métodos más avanzados en Negociación y Ventas.

○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Desarrollo de Habilidades Directivas para la mejor forma de vender. ¡No le vendas a las personas; ahora a venderles a sus cerebros!

○ **BENEFICIO:**

Análisis personalizado de situación actual y áreas de oportunidad.

○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Pruebas psicológicas de liderazgo,
2. Pruebas psicológicas de personalidad
3. Pruebas psicológicas de inteligencia emocional



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



4. Base científica de las neurociencias aplicadas a las ventas.
5. Factores psicológicos en las negociaciones.
6. Negociación: una mirada antropológica, filosófica y ética.
7. Técnicas de ventas y negociación aplicadas a través del Método del caso Harvard

## NÓMINA

<b>TALLER:</b>	Nómina
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	15 horas

○ **OBJETIVO GENERAL:**

Conocer las generalidades acerca de la Nómina y cómo es su elaboración.

○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del taller, el participante será capaz de:

- Definir adecuadamente el salario y las prestaciones de los trabajadores.
- Elaborar la nómina con base al marco legal que la rige.

○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Concepto de Nómina.
2. Concepto de Salario Base e Integrado.
3. Prestaciones Laborales.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



4. Marco Legal.
  - a. Ley Federal del Trabajo.
  - b. Ley del Impuesto Sobre la Renta.
  - c. Instituto Mexicano del Seguro Social.
  - d. Sistema de Ahorro para el Retiro.
  - e. Instituto Nacional de Vivienda de los Trabajadores.
  - f. Legislaciones Locales.
  
5. Elaboración de la nómina.



## PRESENTACIONES DINÁMICAS Y COMUNICACIÓN

<b>CURSO:</b>	Presentaciones dinámicas y comunicación
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	16 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Ofrecer al participante herramientas esenciales para comunicarse con seguridad en público, así como desarrollar y realizar con efectividad, presentaciones orales y visuales frente a uno o más interlocutores, a través de diversos medios, en ambientes diferentes, con expresiones corporales adecuadas y ante diversos tipos de auditorios.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante:

- Aprenderá a poner en práctica los elementos de una buena y correcta comunicación, así como la importancia de la misma para alcanzar sus objetivos (convencer, vender, enseñar...).
- Tendrá las bases prácticas que le ayuden a planificar, desarrollar y exponer presentaciones sobre diversos temas, utilizando los medios adecuados y adaptándolas a diversos espacios, a fin de poder transmitir cualquier mensaje, de acuerdo a sus necesidades profesionales o personales.
- Desarrollará habilidades para realizar exposiciones orales y visuales ante de uno o más interlocutores, explotando al máximo sus expresiones corporales.



Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de Contaduría y Administración  
Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y  
Mediana Empresa



○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Conócete a ti mismo.
2. Actitudes durante la presentación.
3. La comunicación, clave del éxito.
4. Planeación y diseño.
5. La expresión oral, visual y corporal.
6. Ejercicios prácticos.

## PRESUPUESTO BASE CERO

<b>CURSO:</b>	Presupuesto base cero
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	5 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Proporcionar a los participantes los elementos teórico - prácticos necesarios para contar y entender una metodología que permite elaborar e implementar la técnica presupuestal base cero para el logro de los resultados de la empresa.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

1. Definición y funcionamiento del proceso
  - a. Historia
  - b. Que es presupuesto base cero
  - c. Pasos de proceso presupuestario base cero
  
2. Definición de objetivos a conseguir
  - a. Planeación
  - b. Identificar cada actividad y operación al 100 %





**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



3. Identificación de los paquetes de decisión
  - a. Centro de responsabilidades
  - b. Tipos de centro de responsabilidades
  
4. Formulación de los paquetes de decisión
  - a. Evaluación
  - b. jerarquización
  - c. decisión
  - d. metas y objetivo
  - e. evaluación de consecuencias de hacer o no hacer
  - f. medidas de rendimiento
  - g. costos y beneficios
  
5. diseño de las hojas de análisis de los distintos bloques de decisión
  
6. ordenación por prioridades
  
7. decisión
  - a. matriz de decisiones
  - b. metodología para la toma de decisiones
  
8. ventajas y ruta crítica del presupuesto base cero



## PRESUPUESTOS PARA NO FINANCIEROS

<b>CURSO:</b>	Presupuestos para no financieros
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	20 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Proporcionar a los participantes los elementos teórico-prácticos necesarios para entender el proceso presupuestario como una herramienta de intervención e instrumento de planeación de la gestión financiera.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

1. Proceso presupuestario
  - Etapas del proceso presupuestario
  - Calendario presupuestario
  
2. Clasificación presupuestaria
  - Partida
  - Capítulo
  - Programa
  
3. Preparación de un sistema presupuestario
  - Planeación del presupuesto



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



- Aprobación del presupuesto
  - Control de gestión
4. Elaboración del presupuesto
- Estructura y nivel de detalle a lograr
  - Periodos de segmentación del presupuesto
  - Congruencia entre las estructuras del presupuesto y del sistema contable
  - Definición de áreas de responsabilidad y segmentación de operaciones
  - Metodologías básicas para presupuestar operaciones, sus resultados, inversión en activos y requerimientos de financiamiento
  - La retroalimentación en el proceso presupuestal
  - Evaluación de consecuencias de hacer o no hacer
  - Costos y beneficios
5. Presupuestos por programas
- Objetivos
  - Etapas
  - Implementación
  - Seguimiento
6. Decisión
- Matriz de decisiones
  - Metodología para la toma de decisiones

## RÉGIMEN DE INCORPORACIÓN FISCAL

<b>TALLER:</b>	Régimen de incorporación fiscal
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	10 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Conocer y aplicar las nuevas disposiciones en materia fiscal sobre este nuevo régimen para poder aplicarlas en las situaciones y poder elaborar una planeación fiscal correcta para evitar posibles problemas con la autoridad fiscal.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al término del curso, el participante:

- Conocerá disposiciones generales de este régimen en materia de LISR, así como lo relacionado en materia de Código Fiscal Federal.
- Habrá trabajado casos prácticos sobre la declaración de pago de impuesto en materia de LISR sobre este Régimen.



- **CONTENIDO TEMÁTICO:**
  1. Disposiciones generales.
  2. Quiénes pueden tributar en REINCO.
  3. Requisitos para poder tributar en REINCO.
  4. Beneficios fiscales.
  5. Obligaciones fiscales.
  6. Declaraciones a presentar.
  7. Facturación a través de CFDI.
  8. Casos prácticos.

## SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA Y SOCIEDADES UNIPERSONALES, TU EMPRESA EN 24 HORAS

<b>CURSO:</b>	Sociedad por acciones simplificada y sociedades unipersonales, tu empresa en 24 horas
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	4 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Al finalizar el curso el participante deberá reforzar la capacidad técnica suficiente para cumplir debidamente con sus obligaciones fiscales y con las de sus asesorados, así como conocer y ejercitar las principales competencias para prepararse frente a la implementación y operación de esta nueva figura, tanto en materia administrativa, mercantil, fiscal, legal en general y el conocimiento de la aplicación de la Secretaría de Economía, con respecto a las responsabilidades del participante frente a las autoridades fiscales federales entre otras y poder establecer esta figura como parte de la estrategia fiscal y financiera de crecimiento de los RIF o de algunos otros supuestos jurídicos, de acuerdo a la conveniencia de nuestros clientes.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Antecedentes nacionales e internacionales de la “Sociedad por Acciones Simplificada”.
2. Comparación frente a las Personas morales (principalmente Sociedad Anónima)



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Contaduría y Administración**  
**Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y**  
**Mediana Empresa**



3. Análisis del texto de la Ley General de Sociedades Mercantiles.
  - a. Exposición de motivos.
  - b. Reforma al texto publicada en el Diario Oficial de la Federación.
  
4. Marco legal.
  - a. Características y fundamento legal.
  - b. Diferencias con otras figuras como la propia Sociedad Anónima, la Asociación en Participación entre otras.
  - c. Beneficios de la implementación de la Sociedad de Acciones Simplificada.
  - d. Responsabilidades y obligaciones del o socios frente a terceros.
  
5. Sociedades Unipersonales
  - a. Requisitos y procedimiento de constitución.
  - b. Pros y contras.
  
6. Implementación y propuesta a los clientes.
  - a. Limitantes para su conformación.
  - b. Aplicación digital en línea. (Secretaría de Economía)
  
7. Ventajas y Desventajas de su Implementación
  
8. Normatividad a observar por la Sociedad por Acciones Simplificada.
  
9. Consecuencias y sanciones.
  
10. Conclusiones y recomendaciones.



## TALLER DE GERENCIA ESENCIAL

<b>CURSO</b>	Taller de gerencia esencial
<b>MODALIDAD</b>	Presencial
<b>DURACIÓN</b>	30 horas

### ○ **OBJETIVO**

Desarrollar las habilidades y conocimientos del personal de nivel gerencial y de proyección a crecimiento en la organización mediante ejercicios prácticos y reflexivos.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

- Módulo 1: El gerente esencial
- Módulo 2: Comunicación interna y externa
- Módulo 3: Negociación consciente
- Módulo 4: Sobrepasando las 5 disfunciones del equipo
- Módulo 5: Motivación y resiliencia
- Módulo 6: Work-Hacking
- Módulo 7: Liderazgo por Valores.



## TALLER INVESTIGACION DE MERCADOS PARA EMPRENDEDORES

<b>CURSO</b>	Taller Investigación de Mercados para emprendedores
<b>MODALIDAD</b>	Presencial
<b>DURACIÓN</b>	30 horas

### ○ **DIRIGIDO A**

Emprendedores, Empresarios con nuevos desarrollos de producto, Principiantes de emprendedor.

### ○ **OBJETIVO**

Obtener datos e información sobre el consumidor, el producto, y la competencia para conocer la viabilidad de un negocio proveniente de emprendedores utilizando diversas técnicas de investigación, documental y de campo.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO**

1. Detección de necesidades
2. Definición de producto o servicio. Diseño y evaluación del producto
3. Segmentación de mercado (Consumidor)
4. Tamaño y Valor de mercado (Marketing)
5. Análisis de la competencia

## VALUACIÓN DE PYMES Y SUS PROYECTOS DE INVERSIÓN

<b>CURSO:</b>	Valuación de PYMES y sus proyectos de inversión
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	20 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Los participantes comprenderán y aplicarán las principales metodologías de valuación financiera para estimar el valor de las PYMES y sus proyectos de inversión.

### ○ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Comprender el concepto del valor de un proyecto y de la PYME.
- Comprender los principales indicadores de rentabilidad y generación de valor
- Aplicar las principales metodologías de valuación de empresas y proyectos
- Comprender y aplicar las principales etapas del proceso de valuación

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

1. Introducción a la valuación de empresas
2. Análisis de las principales variables y Estados financieros
3. Estimación del flujo de efectivo libre para la empresa
4. Determinación de la tasa de descuento
5. Valuación de proyectos y principales indicadores
6. Valuación de PYME por flujos de efectivo descontados



## NÓMINA II

<b>TALLER:</b>	Nómina II
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>DURACIÓN:</b>	15 horas

### ○ **OBJETIVO GENERAL:**

Aprender los diferentes tipos de contratos de acuerdo a la ley del trabajo, la determinación de ISR en las diferentes modalidades, así como las diferentes formas de calcular el seguro social.

### ○ **CONTENIDO TEMÁTICO:**

- 1) Contratos.
  - ° Contrato prueba.
  - ° Contrato por tiempo determinado.
  - ° Contrato por tiempo indeterminado.
  - ° Contrato de capacitación.
- 2) Determinación de ISR.
  - ° Sueldos y salarios.
  - ° Asimilables.
  - ° ISR finiquitos y liquidación.
- 3) Seguro social.
  - ° Obligatorio.
  - ° Voluntario.



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AVENIDA DE  
MEXICO

Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de Contaduría y Administración  
Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y  
Mediana Empresa



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AVENIDA DE  
MEXICO

Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de Contaduría y Administración  
Centro Nacional de Apoyo a la  
Pequeña y Mediana Empresa

## Curso : Comercio Electrónico y Marketing Digital

SEMINARIO	Comercio Electrónico y Marketing Digital
MODALIDAD	Presencial
DURACIÓN	16 Horas
HORARIO	Viernes 17:00 a 22:00 hrs y sábados de 9:00 a 14:00 hrs
FECHA DE INICIO	22 de noviembre 2019

### DIRIGIDO A

Estudiantes de último año de la Licenciatura en Mercadotecnia, Administración, Negocios Internacionales, emprendedores, profesionistas, micro y pequeños empresarios

### OBJETIVOS DE LA CAPACITACIÓN

#### ➤ OBJETIVO GENERAL:

Brindar soluciones a las empresas, emprendedores y estudiantes a través de la implementación de estrategias de comercio electrónico y la planificación del marketing digital

#### ➤ OBJETIVOS ESPECÍFICOS

El alumno:

1. Revisará conceptos fundamentales acerca del internet, comercio electrónico y marketing digital



2. Comprenderá aspectos, conceptos y herramientas que implica el comercio electrónico y marketing digital.
3. Aprenderá a diseñar y desarrollar el comercio electrónico.
4. Aprenderá a implementar y desarrollar el marketing digital

## CONTENIDO TEMÁTICO

Tema	Horas
1. Introducción al Internet, comercio electrónico y marketing digital	4
2. Análisis del comercio electrónico y el marketing digital	4
3. Diseño y desarrollo del comercio electrónico	4
4. Implementación y desarrollo del marketing digital.	4

## TÉCNICA DIDÁCTICA

1. Exposición
2. Trabajo en equipo
3. Trabajos y tareas
4. Prácticas
5. Participación en clase
6. Prácticas de campo
7. Asistencia
8. Casos de enseñanza

## DESARROLLO DE LA CÁTEDRA

Técnicas: Dinámicas vivenciales, conferencias, lecturas individuales, trabajo en equipo, didácticas plenarias de discusión y análisis de casos.

## MATERIAL DIDÁCTICO

Material facilitado por el consultor, pizarrón, lap top, calculadoras, Internet, presentaciones electrónicas.