

Teaching guide

IDENTIFICATION DETAILS

Degree:	Marketing		
Field of Knowledge:	Social and Legal Science		
Faculty/School:	Law, Business and Governance		
Course:	COST ACCOUNTING		
Type:	Compulsory	ECTS credits:	6
Year:	2	Code:	7625
Teaching period:	Fourth semester		
Area:	Accountancy and Finance		
Module:	Marketing and Commerce		
Teaching type:	Classroom-based		
Language:	Spanish		
Total number of student study hours:	150		

SUBJECT DESCRIPTION

La asignatura Contabilidad de Costes forma parte del módulo de "Organización y Gestión Empresarial" del grado en Marketing. Dicho módulo engloba tres materias: Comunicación, Contabilidad y Finanzas y Organización de la empresa y dirección de personas. Las asignaturas de la materia de Contabilidad y Finanzas se detallan a continuación:

CARRERA: GRADUADO EN MARKETING.

Módulo: ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL

Materia: CONTABILIDAD Y FINANZAS

Contabilidad Financiera
Contabilidad de Costes
Dirección Financiera

El grado de Marketing en la Universidad Francisco de Vitoria tiene por objetivo formar futuros profesionales de la empresa capaces de mejorar el entorno con su buen-hacer, aplicando en cualquier ámbito de su vida futura nuestro lema "Vince in Bono malum" .

Para ello, nuestros alumnos recibirán una completa formación en todos los ámbitos de la realidad empresarial. A saber:

- Formación en herramientas ligadas a la dirección empresarial, entre ellas la contabilidad en sus diferentes tipologías.
- Formación antropológica que le sirva de base para el comportamiento ético.
- Formación cultural que le permita ver el entorno con amplia perspectiva histórica y de diversidad de culturas.
- Formación para el trabajo en equipo, entendido como un grupo de personas que comparten un nombre, una misión, una historia, un conjunto de metas u objetivos y de expectativas en común.
- Formación de la capacidad de liderazgo positivo como forma de impulsar a otras personas hacia la consecución de los objetivos.

El origen de la Contabilidad se remonta a las primitivas organizaciones humanas cuando surge la necesidad de plasmar y valorar de alguna forma las transacciones económicas realizadas entre los diferentes agentes sociales.

En la actualidad y en el entorno en que vivimos, dichas transacciones se desarrollan en un marco de economía de mercado con muchas variables inciertas. Dado que la economía es la ciencia que estudia la manera de repartir los recursos productivos, ésta necesita de la Contabilidad que como ciencia social (aunque de naturaleza económica) tiene como propósito primario elaborar información que ayude a los agentes sociales en la toma de decisiones.

La Contabilidad de Costes pretende facilitar la toma de decisiones a los usuarios internos de la empresa, desarrollando herramientas que permitan la medición y valoración de la actividad empresarial y sus excedentes.

La dirección de empresas, desde las más pequeñas a las grandes corporaciones, requiere del conocimiento de la Contabilidad de Costes para desarrollar una óptima gestión de los flujos de valor como aspecto clave del éxito en su gestión. Para ello aporta a los directivos información sobre el coste de productos, servicios o clientes, necesario para realizar los procesos de planificación y control, así como, recibir apoyo para la toma de decisiones.

Esta asignatura se centra en el estudio de conceptos básicos de costes, en el análisis, utilidad y procedimientos necesarios para diseñar los sistemas de costes de modo que sea una herramienta útil para la dirección. La asignatura plantea como primer objetivo la enseñanza de las técnicas necesarias para el cálculo del coste, enlazando con el análisis y la utilización de la información en el proceso de planificación y control.

El temario de la asignatura Contabilidad de Costes está dividido en dos partes.

La primera parte se centra en el análisis y comprensión del significado del concepto de coste, su clasificación e importancia para la actual gestión empresarial, así como su reflejo en la cadena de valor de la empresa. Análisis y clasificación de los factores de producción de la empresa y su aportación al proceso de generación de valor.

En la segunda parte se estudian en el diseño e interpretación de los sistemas de costes que mejor reflejen la

realidad empresarial y faciliten la toma de decisiones, teniendo en cuenta las características de la empresa y el tipo de actividad que desarrolla.

SKILLS

Basic Skills

Students must have demonstrated knowledge and understanding in an area of study that is founded on general secondary education. Moreover, the area of study is typically at a level that includes certain aspects implying knowledge at the forefront of its field of study, albeit supported by advanced textbooks

Students must be able to apply their knowledge to their work or vocation in a professional manner and possess skills that can typically be demonstrated by coming up with and sustaining arguments and solving problems within their field of study

Students must have the ability to gather and interpret relevant data (usually within their field of study) in order to make judgments that include reflections on pertinent social, scientific or ethical issues

Students must be able to convey information, ideas, problems and solutions to both an expert and non-expert audience

Students must have developed the learning skills needed to undertake further study with a high degree of independence

General Skills

Capacity for analytical, synthetic thought applied to business decision-making.

To possess initiative, creativity and entrepreneurial spirit.

An ability to accomplish goals and solve problems, showing an ability to adapt to and make decisions in all manner of business management situations.

An ability to organise and plan for the purposes of marketing and business management.

An ability to learn independently.

Specific skills

To be able to put knowledge into practice.

To be able to design and manage projects.

To develop criteria for problem-solving and decision-making both on a professional and personal level.

To be able to orientate products and services developed by a company as a means of bettering society.

To be able to prepare and understand financial statements, and to design, calculate and manage a company's costs as a tool for decision-making in terms of marketing and sales.

DISTRIBUTION OF WORK TIME

CLASSROOM-BASED ACTIVITY	INDEPENDENT STUDY/OUT-OF-CLASSROOM ACTIVITY
60 hours	90 hours