



# UNIVERSIDAD DE SONORA

## Unidad Regional Centro

### División de Ciencias Económicas y Administrativas

### Departamento de Contabilidad

### Licenciatura en Mercadotecnia

<b>Nombre de la Asignatura:</b> Taller de compras					
<b>Clave:</b>	<b>Créditos:</b> 6	<b>Horas totales:</b> 64	<b>Horas Teoría:</b> 2	<b>Horas Práctica:</b> 2	<b>Horas Semana:</b> 4
<b>Modalidad:</b> Presencial			<b>Eje de formación:</b> Especializante		
<b>Elaborado por:</b> Teresita Velarde					
<b>Antecedente:</b> SA			<b>Consecuente:</b> SC		
<b>Carácter:</b> Optativa			<b>Departamento de Servicio:</b> Contabilidad		
<b>Propósito:</b> La asignatura pertenece al eje especializante, se imparte a partir del sexto semestre y es de carácter optativa. El principal propósito es proporcionar a los estudiantes los principales elementos que le permitan la toma de decisiones efectiva en las compras y abastecimiento de la empresa.					

## I. Contextualización

<b>Introducción:</b> La asignatura de Taller de compras da a conocer al alumno la relevancia de la función de compras en la gestión de la empresa. El Profesional de la Administración de Mercadotecnia debe tomar decisiones de calidad, en cualquier actividad de la empresa, de tal forma de que se asegure el equilibrio ingreso-egreso y toca a las compras, la parte que corresponde al egreso; por ello la necesidad de su preparación cabal en esta actividad. En la unidad I el alumno identificara las situaciones que dan origen a la compra y diferenciar el concepto de compra y abastecimiento como funciones claves de la empresa. La unidad II se describe las funciones del departamento correspondientes a la organización, el control y la calidad de las compras, así como la relevancia y la claridad de la información de la requisición además de la aplicación de las tecnologías en el procesamiento de datos en la planeación de compras, programación y control de consumos. En la Unidad III se aborda la selección, control y relaciones con los proveedores para valorar su importancia en la retroalimentación empresa – proveedor. La Unidad IV el alumno comprenderá los procedimientos para compras nacionales y en el extranjero, sus políticas de operación, los concursos, la licitación y el análisis financiero de la compra. La Unidad V el alumno explicará la importancia que tiene para la función de compras como centro de costos, el control de los almacenes de partes y refacciones así como el nivel de rotación adecuado. La Unidad VI el alumno describirá el procedimiento para la compra de bienes de consumo interno, identificando sus orígenes, su rotación y la problemática de una deficiente administración de su rotación La Unidad VII el alumno expresará la conveniencia de tener un buen control de almacenes identificando el comportamiento de los consumos, programa de resultados y nivel de desperdicios y marcando niveles óptimos de operación.	
<b>Perfil del(los) instructor(es)</b> :	Poseer Licenciatura en Mercadotecnia o Licenciaturas afines en áreas relacionadas al campo específico de la materia. Preferentemente con grado académico de maestría o especialidad afín al campo de estudio de la materia. Con experiencia y desarrollo profesional comprobada cuando menos de dos años en áreas afines al campo de la materia. Contar con experiencia docente de al menos dos años a nivel superior.



## Competencias a lograr

### Competencias genéricas a desarrollar:

- Capacidad comunicativa.
  - Maneja las tecnologías de la información y la comunicación para obtener información y expresar ideas.
  - Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.
- Capacidad para la toma de decisiones.
  - Desarrolla diferentes alternativas de solución del problema, viendo las ventajas y desventajas de utilizar una u otra y emitiendo informes sobre cada alternativa

### Competencias específicas:

- Habilidad para realizar análisis de mercado
  - Desarrollar síntesis de datos e investigaciones para mayor eficiencia en el uso y disponibilidad de la información empresarial y de mercado.
  - Desarrollar análisis interpretativo para determinar escenarios comerciales y de mercado

### Objetivo General:

El alumno comprenderá la función de compras en el ámbito nacional o internacional, que le permita la toma de decisiones adecuada para la empresa tanto en calidad como en costo.

### Objetivos Específicos:

1. Diseñará el sistema de información necesaria para la función de compras y abastecimientos así como sus relaciones con las demás funciones de la organización.
2. Describirá la selección y control de proveedores para garantizar el cumplimiento de los objetivos del comprador.
3. Expresará la conveniencia de tener un buen control de almacenes identificando el comportamiento de los consumos, programa de resultados y nivel de desperdicios y marcando niveles óptimos de operación

### Unidades Didácticas:

Unidad Didáctica I. La función de compras y abastecimientos

Unidad Didáctica II. El sistema de información para compras y abastecimiento

Unidad Didáctica III. Selección y control de proveedores

Unidad Didáctica IV. Compras Nacionales y en el extranjero

Unidad didáctica V. El papel de las compras en la decisión de comprar o fabricar.

Unidad didáctica VI. Compra de bienes de consumo

Unidad didáctica VII. Control de existencias

## II. Didáctica del programa

## **Unidades temáticas**

### **Unidad didáctica I. La función de compras y abastecimiento**

El alumno explicará el origen, concepto, objetivos e importancia de la función de comprar y abastecimientos así como el proceso a seguir en la misma.

- I.1 Situaciones que dan origen a la compra
- I.2 Tipos de compra y abastecimiento
- I.3 Principios básicos de compras y abastecimiento
- I.4 El procedimiento de la compra y/ abastecimiento
- I.5 La ética de la función de compra

### **Unidad didáctica II. El sistema de información para compras y abastecimiento**

El alumno diseñará el sistema de información necesaria para la función de compras y abastecimientos así como sus relaciones con las demás funciones de la organización

- II.1 Relaciones de la función de compras y abastecimiento con la organización.
- II.2 Importancia de la claridad de la información de la requisición.
- II.3 Divulgación de actualidades tecnológicas y aprovechamiento de oportunidades.
- II.4 Planeación y programación de las compras.
- II.5 Informe de surtimiento y revisión del material entregado.
- II.6 Archivo histórico de compras de abastecimiento.
- II.7 El proceso electrónico de datos en la planeación de compras, programación y control de consumos
- II.8 La importancia de los almacenes

### **Unidad didáctica III. Selección y control de proveedores**

El alumno describirá cómo se realiza la selección y control de proveedores para garantizar el cumplimiento de los objetivos del comprador.

- III.1 Investigación de proveedores nacionales y extranjeros.
- III.2 Selección de proveedores y cotizaciones.
- III.3 Evaluación del proveedor.
- III.4 Vigilancia de la estabilidad del proveedor.

### **Unidad didáctica IV. Compras Nacionales y en el extranjero**

El alumno diseñará el sistema de información necesaria para la función de compras y abastecimientos así como sus relaciones con las demás funciones de la organización y explicará las necesidades de una compra en el extranjero.

- IV.1 Importancia de las compras para el sector privado y para el sector público.
- IV.2 Objetivos y procedimientos en cada sector.
- IV.3 Políticas de operación.
- IV.4 Licitaciones, adjudicación directa y análisis financiero de la compra
- IV.5 Importancia y situaciones que le dan origen a la compra en el extranjero.

### **Unidad didáctica V. El papel de las compras en la decisión de comprar o fabricar.**

El alumno explicará la importancia que tiene para la función de compras como centro de costos, el control de los almacenes de partes y refacciones así como el nivel de rotación adecuado

- V.1 Conceptos, importancia y características.
- V.2 Comprar, reasignar, fabricar, maquilar o adoptar.
- V.3 Negociación con los proveedores.
- V.4 Existencias de seguridad y problemas de la sobrexistencia.
- V.5 Análisis financiero de stocks en partes y refacciones y su asociación contra costo de seguridad

### **Unidad didáctica VI. Compra de bienes de consumo**

<p>El alumno describirá el procedimiento para la compra de bienes de consumo interno, identificando sus orígenes, su rotación y la problemática de una deficiente administración de su rotación</p> <p>VI.1 Conceptos, importancia y características.</p> <p>VI.2 Situaciones que le dan origen.</p> <p>VI.3 Planeación de necesidades y estadística de consumo.</p> <p>VI.4 Revisión periódica de cotizaciones.</p> <p>VI.5 Existencia de seguridad.</p> <p>VI.6 Problemas por sobre existencia o falta de existencia.</p> <p><b>Unidad didáctica VII. Control de existencias</b></p> <p>El alumno expresará la conveniencia de tener un buen control de almacenes identificando el comportamiento de los consumos, programa de resultados y nivel de desperdicios y marcando niveles óptimos de operación.</p> <p>VII.1 Control estadístico de consumos.</p> <p>VII.2 Programa de resurtidos del proveedor.</p> <p>VII.3 Demandas cíclicas de producción.</p> <p>VII.4 Análisis de mermas y rechazos de control de calidad.</p> <p>VII.5 Exactitud y oportunidad en la información a compras.</p>	
<p><b>Criterios de desempeño</b></p> <p>Este curso es presencial y requiere del 75% de asistencia para tener acceso a su calificación, de acuerdo a como se señala en el Reglamento Escolar.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El alumno utiliza los recursos de acuerdo a las indicaciones de su maestro.</li> <li>2. El alumno se comunica asertivamente en el desarrollo de los proyectos asignados y su presentación.</li> <li>3. El alumno presenta los trabajos asignados en tiempo y forma de acuerdo a las instrucciones dadas.</li> <li>4. El alumno es colaborativo y trabaja con sus compañeros en las actividades que así lo requieren.</li> </ol>	
<p><b>Experiencias de Enseñanza / procesos y objetos de aprendizaje requeridos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exposición de los materiales del curso por parte del profesor.</li> <li>2. Utilización de materiales audiovisuales y ejemplos en cantidad abundante para la claridad de la comprensión de los contenidos.</li> <li>3. Vinculación con invitados del área de compras y adquisiciones para brindar conferencias a los alumnos.</li> <li>4. Presentación de proyecto final</li> </ol>	
<p><b>Experiencias de aprendizaje.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Participación constante en las clases.</li> <li>2. Realización de entregas parciales de investigación en los temas indicados por el maestro.</li> <li>3. Trabajo colaborativo por equipos dirigido por el maestro.</li> <li>4. Elaboración de proyecto final.</li> </ol>	
<p><b>Recursos didácticos y tecnológicos (material de apoyo):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Computadora del instructor con Office (versión más actualizada)</li> <li>2. Cañón</li> <li>3. Pintarrón</li> <li>4. Acceso a auditorio para la realización de conferencias de invitados.</li> </ol>	
<b>Bibliografía</b>	<b>Básica / Complementaria</b>
Sangri, A; (2014) <i>Administración de compras</i> . México. Editorial Patria.	<b>Básica</b>
Del Río, C. (2002). <i>Adquisiciones y Abastecimiento</i> . México: Editorial Thomson.	<b>Básica</b>
Dowst, S. (2000). <i>Guía práctica para compradores</i> . México: Diana	<b>Básica</b>
Pooler, V. (2005). <i>El gerente de compras y sus funciones</i> . México Limusa	<b>Básica</b>

## 1. Evaluación Formativa de las Competencias

#	Tipo (C,H,A)	Evidencias a evaluar	Criterios de evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación	Ponderación %
1.	C	Conocimiento acerca de las unidades I y II	Demostrar la comprensión de los temas vistos en estas unidades.	Examen escrito	20%
2.	C	Conocimiento acerca de las unidades III y IV	Demostrar la comprensión de los temas vistos en estas unidades.	Examen escrito	20%
3.	C, H, A	Unidad V	Demostrar sus capacidades de vinculación y su nivel de compromiso con el aprendizaje.	Estudio de caso (negociación)	20%
4.	C	Información vista en cada unidad	Demostrar su comprensión de los temas vistos en clase.	Retroalimentación verbal por parte de los estudiantes Exposición proceso de compra en una empresa regional (participación)	20%
5.	C, H	Capacidad de desarrollo en base a lo visto durante todo el semestre.	Aplicación de lo visto en el semestre para el desarrollo de un proyecto final	Proyecto final escrito, a entregar al final del semestre.	20%
				TOTAL	100%

**C: Conocimientos H: Habilidades A: Actitudes**