

**Fundamento del Proyecto Docente****Unidad Curricular: CONTABILIDAD****Carrera: Técnico Superior en Administración con Orientación en Marketing****C.P Marcela A. Laferrère**

La Unidad Curricular **Contabilidad**, se encuentra al inicio de la carrera de Técnico Superior en Administración con Orientación en Marketing. La misma se cursa durante el primer cuatrimestre del primer año. Aquí, se incorpora el lenguaje técnico necesario y además, determinados conceptos, que sirven como introducción a temas, a profundizar, en la asignatura Costos y Presupuestos, correspondiente al tercer año.

El estudio de esta disciplina, se aborda desde dos perspectivas: una teórica y otra práctica. El marco teórico y algunos ejemplos prácticos, se encuentran en la bibliografía elegida<sup>1</sup>.

Además, el aprendizaje de la disciplina objeto de esta fundamentación, conduce a un adecuado conocimiento de la teoría, desde donde, se analizan los hechos económicos y se aplica una metodología práctica que le es propia.

La Contabilidad es una herramienta que permite describir, medir e interpretar el resultado de la actividad económica de una organización. A esta interpretación se arriba, después de haber procesado los datos generados en las operaciones y hechos que afectan el patrimonio de dicha organización. Ésta es información útil para el análisis de lo sucedido, para demostrar su situación patrimonial, económica y financiera y poder orientar las necesidades de su futuro.

Contabilidad es parte integrante del sistema de información de los entes, pero, se la considera, como una de las partes más importantes, ya que posee valor estratégico para la toma de decisiones de sus usuarios.

Por lo anteriormente expuesto, se considera, que el saber contable constituye una de las competencias dentro de la integración de conocimientos, habilidades, aptitudes que el estudiante debe poseer al finalizar su carrera para

*“...para organizar, programar, ejecutar y controlar las operaciones comerciales, financieras y administrativas de la organización; elaborar, controlar y registrar el flujo de información; organizar y planificar los recursos para desarrollar sus actividades en interacción con el entorno. Participa en la toma de decisiones*

---

<sup>1</sup> FOWLER NEWTON, Enrique. Contabilidad Básica. Bs. As: La Ley, 2008

*relacionadas con sus actividades y posee habilidad para coordinar equipos de trabajo relacionados con su especialidad*<sup>2</sup>.

El egresado de esta carrera, desarrollará sus actividades laborales en alguna organización, específicamente en el Área de Marketing.

Se parte del supuesto que el objetivo principal del marketing es analizar el comportamiento del mercado y los consumidores, para después determinar las estrategias comerciales. Para poder realizar la interpretación de lo anterior, es necesario contar con información adecuada, para ello utiliza un Sistema de Información de Marketing. Este Sistema de información de Marketing (conjunto de relaciones estructuradas, donde intervienen personas, máquinas y procedimientos), tiene por objeto generar un flujo de información pertinente que proviene de fuentes internas y externas de la empresa. Las fuentes internas de la empresa están compuestas por: la Contabilidad, las estadísticas comerciales, la información de productos nuevos y los informes disponibles de los mercados.

Se podría resumir así: la Contabilidad integra el sistema de información, que las personas de Marketing utilizan para interpretar al mercado y para la toma de decisiones.

---

<sup>2</sup> TELESE, Miguel. Conociendo la Contabilidad. Bs.As: Osmar D. Buyatti, 2006  
"Perfil del egresado", [www.isel.edu.ar/carreras/ficha\\_carrera.php?id=2](http://www.isel.edu.ar/carreras/ficha_carrera.php?id=2), febrero, 2011