

# Universidad Tecnológica del Valle de Toluca

## Guía de estudio para el examen de ingreso a la Ingeniería en Negocios y Gestión Empresarial

El examen es de opción múltiple y consta de 150 reactivos.

Éste será resuelto en dos sesiones de una hora y media cada una y un receso intermedio de media hora.

La primera sesión la integran 80 reactivos y la segunda sesión 70 reactivos.

El examen se integro tomando en consideración las competencias técnicas y las competencias básicas, representado las primeras el mayor porcentaje de los reactivos del examen puesto que así lo requiere el perfil de alumno que pretende estudiar la ingeniería. Es decir conocimientos teóricos, capacidad de análisis y razonamiento entre otras características

**Estructura del examen: Total 150 reactivos**

Tipo de competencia	Materias	Porcentaje	Número de reactivos
TECNICA	1. Análisis Financiero	20	30
	2.-Contabilidad	20	30
	3.- Planeación Estratégica de Mercadotecnia	20	30
	4.-Compras	6.66	10
	5.-Ventas	6.66	10
	6.-Derecho	6.66	10
	7.-Microeconomía	6.66	10
<b>Total</b>		<b>86.64 %</b>	<b>30</b>

Tipo de competencia	Materias	Porcentaje	Número de reactivos
Básica	1. Matemáticas	20	20
<b>Total</b>		<b>13.33%</b>	<b>20</b>

### Competencia Técnica

Materia	Temas comprendidos
Análisis Financiero	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estados financieros</li><li>• Razones simples</li><li>• Porcientos Integrales</li><li>• Método Horizontal</li><li>• Método vertical</li></ul>
Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conceptos generales</li><li>• Sistemas de registro</li><li>• Sistemas de control Interno</li><li>• Reglas de Valuación</li><li>• Normas de presentación</li><li>• Contabilidad de Costos</li></ul>

<b>Materia</b>	<b>Temas comprendidos</b>
<b>Planeación estratégica de la mercadotecnia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El proceso de la Mercadotecnia</li> <li>• Ambiente de la Mercadotecnia</li> <li>• Investigación de Mercados</li> <li>• Segmentación de mercados</li> <li>• Planeación estratégica</li> <li>• Mezcla de la Mercadotecnia</li> </ul>
<b>Compras</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto de Compras</li> <li>• Punto de re orden</li> <li>• Requisiciones de compra</li> <li>• Proceso de Licitación</li> </ul>
<b>Ventas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pronóstico de Ventas</li> <li>• Principios de la Venta</li> <li>• Proceso de la Venta</li> <li>• Técnicas de Ventas</li> <li>• Manejo de objeciones</li> </ul>
<b>Derecho</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nociones del Derecho positivo Mexicano</li> <li>• Obligaciones y Contratos</li> <li>• Actos de comercio</li> <li>• Sociedades Mercantiles</li> <li>• Títulos de Crédito</li> <li>• Sistema Mexicano de la Propiedad Industrial</li> <li>• Legislación específica aplicable</li> </ul>
<b>Macroeconomía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptos Básicos</li> <li>• Variables</li> <li>• Costos</li> <li>• Tipos de empresas</li> <li>• Producción</li> </ul>