

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

(MODALIDAD ALTERNATIVA)

PRUEBAS PARA GRADOS

BACHILLERATO

B.A. (Adm.)

(Opción alternativa a las Pruebas de Grado tradicionales en el Bachillerato)

PRUEBA DE IDIOMA

Examen de idioma en lengua inglesa conforme la Ordenanza sobre Pruebas de Grado y Grados Académicos.

PRUEBA ESCRITA

Examen escrito con duración no mayor a dos horas sobre **Finanzas**. La aplicación de la prueba será sobre la comprensión de los conceptos del temario. No se harán cálculos basados en fórmulas matemáticas pues todos los números serán dados. El estudiante analizará los números y conceptos que se le presenten, los cuales pueden ser como parte de un caso de estudio y usará su criterio. Se debe llevar calculadora.

Temario:

1. Análisis de la empresa a través de sus estados financieros.
2. Presupuestación de capital.
3. Financiamiento a corto plazo.
4. Estructura de capital, y con inclusión de apalancamiento operativo y financiero.
5. Costo de capital.
6. Razones financieras

Bibliografía recomendada: Block, S., Danielsen, B. & Hirt, G. (2013). Fundamentos de Administración Financiera. 14va. Edición. México: McGraw Hill. Rodríguez, L. (2012) Análisis de Estados Financieros. México: McGraw-Hill - Interamericana Editores, S. A. Salas, T. (2012). Análisis y Diagnóstico Financiero – Enfoque Integral. 4ta. Edición. Costa Rica: Ediciones Guayacán.

PRUEBA ORAL

Examen oral con duración máxima de una hora sobre **Administración General y Mercadeo**. El candidato elegirá al azar en la Oficina de Pruebas de Grado, cuarenta y ocho horas antes de la prueba como mínimo, dos temas, uno de cada área. El día de la prueba el Jurado le hará preguntas sobre los temas elegidos y la temática afín. El Jurado debe realizar cuidadosamente las preguntas, en forma clara, de tal manera que el postulante pueda mostrar su conocimiento de la materia. Los temas de la Prueba distribuidos por áreas son:

AREA DE ADMINISTRACIÓN GENERAL

Temario:

- 1) **Historia del pensamiento administrativo:** escuelas del pensamiento:
 - a. Escuela de Administración científica.
 - b. Administración clásica: Henri Fayol.
 - c. Escuela humanista: Elton Mayo.
 - d. Escuela burocrática.
 - e. Escuela conductista: Abraham Maslow, Douglas McGregor y Frederick Herzberg.
 - f. Escuela sistemática: Pensamiento sistémico: Bertalanffy y Forester.

- 2) **El proceso administrativo:**
 - a. Planificación: Tipos de objetivos, análisis, toma de decisiones.
 - b. Organización: Tipos, (formal e informal), naturaleza de las organizaciones, líneas de mando, cultura organizacional.
 - c. Integración de personal: Proceso de recursos humanos.
 - d. Dirección: Motivación (McClelland) motivadores (logro, poder, afiliación) (teoría de McClelland), liderazgo (tipos), toma de decisiones.
 - e. Control: Sistemas y procesos de control, técnicas de control, tecnologías de información, medición de la productividad, instrumentos y técnicas para mejorar la productividad, control general.

Bibliografía recomendada: Chiavenato, I. (2014). *Introducción a la teoría general de la administración* (8 ed.). Ciudad de México: McGraw-Hill. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Comportamiento organizacional* (17 ed.). Ciudad de México: Pearson. Robbins, S. P., Coulter, M., Martocchio, J. J., & Long, L. K. (2018). *Administración* (13 ed.). Ciudad de México: Pearson.

AREA DE MERCADEO

Temario:

- 1) Investigación de mercados.
- 2) Segmentación de mercados: Bases de segmentación.
- 3) Mezcla de mercadeo:
 - a. Generación de valor.
 - b. Propuesta de valor.
 - c. Producto: Proceso de desarrollo de productos y Branding. Ciclo de vida de productos.
 - d. Precio: Políticas de fijación de precios.
 - e. Distribución: Canales de distribución.
 - f. Promoción: Mezcla promocional.
 - g. Posicionamiento: Definición y tipos.
- 4) Comunicación integral de marketing: Definición y tipos.
- 5) Plan de mercadeo: Etapas.

Bibliografía recomendada: Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Marketing* (16 ed.). Ciudad de México: Pearson. Malhotra, Naresh K. (2015). *Investigación de Mercados*. (6 ed) México: Pearson

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

(MODALIDAD ALTERNATIVA)

LICENCIATURA

Lic. (Adm.).

Requisitos: Bachillerato en Administración.

PRIMERA PRUEBA

Examen de idioma en una de las lengua autorizadas, conforme a las reglas establecidas en la ORDENANZA R-91-75

SEGUNDA PRUEBA DE GRADO

Examen escrito con duración no mayor a una hora sobre **Producción y Gerencia de Recursos Humanos**. La aplicación de la prueba será sobre algunas de las áreas indicadas. Examen de desarrollo, casos prácticos, ensayo. El área sobre la que versará la prueba la elegirá el postulante mediante sorteo cuarenta y ocho horas antes de la prueba, en la Oficina de Pruebas de Grado. Las áreas son las siguientes:

AREA PRODUCCIÓN

Temario:

- 1) Estudio de trabajo: estudios de métodos, estudio de tiempos y movimientos, muestreo de trabajo, balance de líneas de producción y teoría de colas, salarios, costos de mano de obra, escala de remuneración e incentivos.
- 2) Distribución de las instalaciones físicas: distribución por proceso, distribución por productos, medios de manejo de materiales.
- 3) Programación y control de la producción: secuenciamiento, gráfica de Gantt, teoría de redes, teoría de inventarios, programación de las compras, control y mejoramiento de costos de producción, métodos de pronóstico de la producción y las ventas, programación lineal.
- 4) Control de calidad: aplicaciones estadísticas, gráfico de control por variable, gráfico de control por atributo, muestreo de aceptación.

AREA GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS

Temario:

- 1) Proceso de recursos humanos: Rol en la administración, objetivos.

- 2) El reclutamiento.
- 3) Selección e inducción.
- 4) Diseño, análisis, clasificación y valoración de puestos.
- 5) Salarios, incentivos y beneficios.
- 6) Evaluación del desempeño.
- 7) Salud ocupacional.
- 8) Responsabilidad social empresarial.

Bibliografía recomendada: Krajewski, L. J., Ritzman, L. P., & Malhotra, M. K. (2013). Administración de operaciones. PEARSON. Monk, J. G. (1997). Administración de operaciones. México: McGraw Hill. Summers, D. C. (2006). Administración de la calidad. PEARSON. Chiavenato, I. (2009). Gestión del talento humano. México: McGraw Hill.

TERCERA PRUEBA

Examen oral con duración máxima de una hora sobre **Gerencia General y Gerencia de Mercadeo**. Cada estudiante sustentará, dos temas una de cada área.

El candidato hará una exposición no menor de treinta minutos sobre dos temas. A tal efecto, el postulante elegirá a la suerte, en la Oficina de Pruebas de Grado, cinco días antes de la Prueba, dos temas, uno de Gerencia General y otro de Gerencia de Mercadeo.

El Jurado podrá hacerle preguntas tanto de los temas expuestos como del resto de la temática afín propia del grado de Licenciatura o – si el Jurado así lo decide -, le preguntará directamente lo que estime pertinente sobre los temas que corresponden al postulante sin exposición previa. Cada estudiante sustentará los temas elegidos con referencia bibliográfica. El Jurado debe realizar cuidadosamente las preguntas, en forma clara, de tal manera, que el estudiante pueda comprender su relación con la materia en que se examina. Los temas asignados al estudiante deberán ser de áreas diferentes.

Los temas de la Prueba distribuidos por áreas son:

ÁREA DE GERENCIA GENERAL

Temario:

- 1) Planeación estratégica: Misión, visión, valores.
- 2) Cultura organizacional.
- 3) Liderazgo (tipos).
- 4) Gerencia: El rol del gerente, funciones.
- 5) Estructura y diseño organizacional.
- 6) Administración estratégica y de recursos humanos.
- 7) Manejo de equipos.

ÁREA DE GERENCIA DE MERCADEO

Temario:

- 1) Conceptos de dirección de mercadeo, necesidades, deseos y demandas, mercados meta, posicionamiento y segmentación, ofertas de mercadeo y marcas, creación de valor.
- 2) Análisis del microentorno y macroentorno.
- 3) Estrategias de marcas: Capital de marca.
- 4) Posicionamiento: Estrategias, puntos de paridad y diferencia, mantra de la marca.
- 5) Ciclo de vida de productos: Estrategias.
- 6) Estrategias de crecimiento.
- 7) Canales de distribución: Niveles, estrategias de canales.

Bibliografía recomendada: Robbins, S., & Coulter, M. (2010). Administración. PEARSON. Kotler, P., & Keller, K. (2012). Dirección de Marketing. México: Pearson.