

# Licenciatura en Innovación de Negocios y **MERCADOTECNIA**



**UTEQ**<sup>®</sup>  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
DE QUERÉTARO



**GUÍA DE ESTUDIO**

## 1. DESCRIPCIÓN DE LA GUÍA

La guía del examen EXAI-LINM es un documento de carácter informativo que contiene un desglose de temas sobre los que se evalúa el conocimiento teórico-práctico de las diferentes asignaturas mencionadas en los apartados anteriores.

## 2. EL EXAMEN EXAI- LINM

El examen EXAI- LINM Proporciona información integral sobre quiénes son los aspirantes al programa de Licenciatura en Innovación de Negocios y Mercadotecnia [LINM] que cuentan con los conocimientos teórico-prácticos mínimos requeridos para continuar sus estudios a nivel licenciatura.

El examen EXAI-LINM es un instrumento compuesto por 100 reactivos y deberá contestarse en un lapso de tiempo máximo de 3 hrs. En la segunda sección de este documento se hace un desglose de los temas y subtemas que sirven de guía en la preparación de los aspirantes:

## 3. ESTRUCTURA DEL EXAI-LINM

A. Se compone de cuatro pruebas genéricas que son transversales en los programas de estudio y de los que convergen los alumnos aspirantes al programa de Licenciatura en Innovación de Negocios y Mercadotecnia.:

- ✓ Ciencias básicas aplicadas (Matemáticas, informática y Administración)
- ✓ Tecnológicas (Fundamentos de mercadotecnia, calidad, presupuestos y administración de almacenes).
- ✓ Lenguas y métodos (Expresión oral y escrita, e inglés).
- ✓ Habilidades gerenciales (formación sociocultural)

B. Adicionalmente se incluyen 8 asignaturas de especialidad (2 por cada programa)

- ✓ Administración área Recursos Humanos (Sueldos y Salarios, e Integración de capital humano).
- ✓ Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia (Investigación de mercados y Comportamiento del consumidor).

## ÍNDICE GUÍA DE ESTUDIO

### 1. CIENCIAS BÁSICAS APLICADAS

#### 1.1 Estadística

##### 1.1.1 Álgebra

##### 1.1.2 Operaciones fundamentales

###### 1.1.2.1 Suma algebraica

###### 1.1.2.2 Resta algebraica

###### 1.1.2.3 Multiplicación algebraica

###### 1.1.2.4 División algebraica

##### 1.1.3 Ecuaciones lineales (enteras y fraccionarias)

##### 1.1.4 Productos notables

##### 1.1.5 Ecuaciones simultáneas con dos incógnitas

###### 1.1.5.1 Método de suma-resta

###### 1.1.5.2 Método de igualación

###### 1.1.5.3 Método de sustitución

##### 1.1.6 Estadística

###### 1.1.6.1 Gráficas

###### 1.1.6.1.1 Histogramas

###### 1.1.6.1.2 Polígono de frecuencias

###### 1.1.6.2 Medidas de tendencia central

###### 1.1.6.2.1 Media

###### 1.1.6.2.2 Mediana

###### 1.1.6.2.3 Moda

###### 1.1.6.3 Medidas de dispersión

###### 1.1.6.3.1 Varianza

###### 1.1.6.3.2 Desviación estándar

###### 1.1.6.4 Tamaño de la muestra

###### 1.1.6.5 Distribución normal

###### 1.1.6.6 Pronósticos

- 1.1.6.6.1 Método de promedio móvil
- 1.1.6.6.2 Método de regresión lineal
- 1.2 Informática
  - 1.2.1 Sistema Operativo
  - 1.2.2 Elementos básicos y ambientes de trabajo
  - 1.2.3 Administración de archivos
  - 1.2.4 Procesador de textos
  - 1.2.5 Diseño y edición de documentos
    - 1.2.5.1 Formato de texto
    - 1.2.5.2 Diseño de página
    - 1.2.5.3 Tablas, plantillas y estilos
    - 1.2.5.4 Inserción de imágenes y gráficos
    - 1.2.5.5 Organigramas y diagramas
    - 1.2.5.6 Índices
    - 1.2.5.7 Notas al pie
    - 1.2.5.8 Marcadores y referencias cruzadas
  - 1.2.6 Esquemas y documentos maestros
  - 1.2.7 Macros y seguridad
  - 1.2.8 Páginas web con el procesador de textos
  - 1.2.9 Generador de presentaciones
    - 1.2.9.1 Creación de presentaciones
    - 1.2.9.2 Proceso para crear, guardar y abrir una presentación
  - 1.2.10 Formato básico de las presentaciones
    - 1.2.10.1 Texto
    - 1.2.10.2 Imágenes
    - 1.2.10.3 Tablas
    - 1.2.10.4 Gráficos
    - 1.2.10.5 Organigramas
  - 1.2.11 Presentaciones multimedia

1.2.11.1 Herramientas que permiten el manejo de sonido, películas, animaciones y transiciones automáticas.

1.2.12 Agenda electrónica

1.2.12.1 Administración de actividades

1.2.12.2 Administración del correo electrónico

1.2.12.3 Herramientas que permiten la creación y eliminación de cuentas de correo y listas de contactos.

1.2.13 Manejadores de bases de datos

1.2.13.1 Creación de bases de datos

1.2.13.2 Proceso para crear, abrir y cerrar una base de datos

1.2.14 Manejo de tablas de datos

1.2.14.1 Herramientas para la creación y modificación de tablas

1.2.14.2 Propiedades de los campos

1.2.15 Relaciones e informes

1.2.16 Formularios, consultas e informes

1.2.17 Macros y configuración de interfaz

1.2.18 Importar y exportar datos

1.2.19 Hoja de cálculo

1.2.19.1 Elementos básicos y ambientes de trabajo

1.2.19.2 Formato de datos y fórmulas

1.2.19.3 Tablas dinámicas e importación de datos

1.2.19.4 Gráficos e imágenes

1.2.19.5 Macros y características avanzadas

1.3 Administración

1.3.1 Fundamentos de administración

1.3.1.1 Evolución de la administración

1.3.1.2 Escuelas de la administración

1.3.2 Fundamentos de administración

1.3.2.1 Proceso administrativo

## 1.3.3 Planeación

### 1.3.3.1 Herramientas de la planeación

### 1.3.3.2 Gráficas de Gantt, PERT, FODA

### 1.3.3.3 Organización

### 1.3.3.4 Tipos de organizaciones

## 1.3.4 Organización

### 1.3.4.1 Tipos de organización

### 1.3.4.2 Integración de los recursos humanos

### 1.3.4.3 Perfiles, cédulas

### 1.3.4.4 Análisis de puestos

### 1.3.4.5 Proceso de admisión (reclutamiento y selección)

### 1.3.4.6 Estructura organizacional

## 1.3.5 Dirección

### 1.3.5.1 Liderazgo (Tipología)

### 1.3.5.2 Comunicación organizacional (clasificación y tipología)

### 1.3.5.3 Supervisión

## 1.3.6 Control

### 1.3.6.1 Tipos de control

### 1.3.6.2 Auditorias

## 2. TECNOLÓGICAS

### 2.1 Fundamentos de mercadotecnia

#### 2.1.1 Fundamentos de Mercadotecnia

##### 2.1.1.1 Definición de Mercadotecnia (comparativo de diversos autores)

##### 2.1.1.2 Identificar la importancia, los objetivos y beneficios de la mercadotecnia

##### 2.1.1.3 Definir los conceptos básicos: Mercado, Producto, Cliente, Satisfacción del Cliente, Necesidad, Deseo, Demanda, Calidad, Consumidor, Proveedor, Lealtad del cliente y Mercadotecnia

#### 2.1.2 La Mercadotecnia y su relación con otras disciplinas

##### 2.1.2.1 Con la Administración, Economía, y Psicología

- 2.1.2.2 Mercadotecnia Social, y Mercadotecnia de relaciones
- 2.1.2.3 Estrategias de Mercadotecnia dentro de las organizaciones
- 2.1.2.4 Identificación de áreas de aplicación de la Mercadotecnia. [Ejemplo: ventas, logística y distribución, servicio al cliente, investigación de mercados, investigación y desarrollo de nuevos productos, promoción y publicidad comercio electrónico y compras]
- 2.1.3 Proceso de Mercado
  - 2.1.3.1 Tipos de mercado
  - 2.1.3.2 Proceso de Segmentación de Mercado, Importancia de la segmentación, variables para la segmentación, tipos de segmentación, evaluación de la rentabilidad y potencial de cada segmento
  - 2.1.3.3 Identificación de Mercado Meta
  - 2.1.3.4 Plan de Mercadotecnia y Posicionamiento de mercado
- 2.1.4 Mezcla de mercadotecnia
  - 2.1.4.1 Producto: Concepto, clasificación, niveles de producto, elementos (etiqueta, envase, empaque, embalaje, marca e imagen). Ciclo de vida del producto
  - 2.1.4.2 Precio: Concepto de precio y los factores que intervienen en su fijación
  - 2.1.4.3 Plaza: Concepto y elementos de la distribución, estructura de canales de distribución
  - 2.1.4.4 Promoción: Elementos de la mezcla promocional: publicidad, promoción de ventas, venta personal, relaciones públicas, herramientas promocionales, mercadotecnia directa
  - 2.1.4.5 Plan de mercadotecnia: objetivo, estrategia de mezcla de mercadotecnia, segmentación de mercado, presupuesto, cronograma y evaluación
- 2.2 Calidad
  - 2.2.1 Conceptos fundamentales de Calidad
    - 2.2.1.1 Definiciones de Calidad, Cliente, y Satisfacción del Cliente, Proceso.
    - 2.2.1.2 Definiciones de Control de Calidad, Enfoque de procesos, y Mejora Continua.
    - 2.2.1.3 Importancia de la Calidad en las organizaciones.
  - 2.2.2 Evolución del concepto de Calidad
    - 2.2.2.1 Antecedentes Históricos.
    - 2.2.2.2 Contribuciones de Filósofos de la Calidad.
    - 2.2.2.3 Deming, Jurán, Ishikawa, Feigenbaum, Shingo, Crosbi.
    - 2.2.2.4 Premio Deming, Premio Nacional de Calidad.

- 2.2.3 Administración de la Calidad
  - 2.2.3.1 Círculos de Calidad.
  - 2.2.3.2 Enfoque de Procesos y su control de calidad.
  - 2.2.3.3 Productividad y competitividad.
  - 2.2.3.4 Costos de la Calidad.
  - 2.2.3.5 Medición, Análisis y Mejora.
  - 2.2.3.6 Mejora Continua.
- 2.2.4 Control Estadístico de Procesos
  - 2.2.4.1 Las siete herramientas de Control.
  - 2.2.4.2 Diagrama de Flujo, Check list.
  - 2.2.4.3 Diagrama de Ishikawa, Diagrama de Pareto.
  - 2.2.4.4 Diagrama o gráfico de Dispersión.
  - 2.2.4.5 Diagrama o gráfico de Control.
- 2.2.5 Sistemas para el mejoramiento continuo de procesos
  - 2.2.5.1 Sistema Kan-ban.
  - 2.2.5.2 Sistema Justo a Tiempo (JIT).
  - 2.2.5.3 Sistema 5 s.
  - 2.2.5.4 Sistema de Seguridad e Higiene para la mejora de los proceso y ambiente laboral.
- 2.2.6 Normalización
  - 2.2.6.1 Importancia de las normas ISO 9000.
  - 2.2.6.2 Principios y conceptos básicos de las Normas ISO 9001-2018 e ISO 9001-2015.
  - 2.2.6.3 Principios y conceptos básicos de las Normas ISO 14000 y Normas OSHAM.
- 2.3 Presupuestos
  - 2.3.1 Elementos del costo del producto
    - 2.3.1.1 Materia prima (insumos)
    - 2.3.1.2 Manos de obra
    - 2.3.1.3 Costos indirectos de fabricación
  - 2.3.2 Clasificación de los elementos del costo



- 2.3.2.1 Costo fijo
- 2.3.2.2 Costo variable
- 2.3.3 Diferencias entre costo y gasto
- 2.3.4 Estado de costo de producción y venta
- 2.3.5 Métodos de valuación de inventarios
- 2.3.3 Fundamento teórico de los presupuestos
  - 2.3.3.1 Concepto
  - 2.3.3.2 Tipos de presupuestos
  - 2.3.3.3 Presupuesto de ventas
  - 2.3.3.4 Presupuesto de compras
  - 2.3.3.5 Presupuesto de gastos
  - 2.3.3.6 Presupuesto maestro
- 2.4 Administración de almacenes
  - 2.4.1 Almacén
    - 2.4.1.1 Clasificación de almacenes
    - 2.4.1.2 Funciones de almacén
    - 2.4.1.3 Lay-auto
    - 2.4.1.4 Etapas de abastecimiento
  - 2.4.2 Almacén
    - 2.4.2.1 Métodos ABC, UEPS, PEPS
    - 2.4.2.2 Metodología Kan-ban.
- 3. LENGUAS Y MÉTODOS**
  - 3.1 Expresión oral y escrita
    - 3.1.1 Naturaleza de la comunicación
      - 3.1.1.1 Conceptos y procesos de la comunicación
      - 3.1.1.2 Conceptos de lenguaje, lengua y habla
      - 3.1.1.3 Barreras de la comunicación
      - 3.1.1.4 La comunicación asertiva y los derechos asertivos

- 3.1.2 La argumentación
  - 3.1.2.1 Estructura de la argumentación
  - 3.1.2.2 Tipos de argumentos
  - 3.1.2.3 Argumentos y falacias
- 3.1.3 La argumentación
  - 3.1.3.1 Definición de textos
  - 3.1.3.1 Clasificación de textos
  - 3.1.3.2 Vicios del lenguaje
- 3.1.4 Comunicación verbal y no verbal
  - 3.1.4.1 Tipos de discurso
  - 3.1.4.2 Informativo
  - 3.1.4.3 Persuasivo
  - 3.1.4.4 De entretenimiento
  - 3.1.4.5 Comunicación no verbal
- 3.1.5 Tipos de comunicación
  - 3.1.5.1 Tipos de comunicación no verbal
  - 3.1.5.2 Comunicación formal: mesa redonda, panel y debate
  - 3.1.5.3 La argumentación en la comunicación formal
- 3.1.6 Redacción de documentos ejecutivos y técnicos
  - 3.1.6.1 Tipos de documentos ejecutivos y técnicos
- 3.2 Inglés
  - 3.2.1 Presente simple en su forma afirmativa, negativa e interrogativa
  - 3.2.2 Pasado simple con verbos irregulares en la forma afirmativa
  - 3.2.3 Verbo modal should y las formas de futuro going to y will.
  - 3.2.4 Presente perfecto en sus formas afirmativa, negativa e interrogativa. Identificar las expresiones de tiempo since, for y how long.
  - 3.2.5 Estrategias de lectura para comprender un documento escrito; scanning y skimming.

## 4. HABILIDADES GERENCIALES

### 4.1 Formación sociocultural I

#### 4.1.1 Globalización

4.1.1.1 Importancia de la Globalización.

4.1.1.2 Ventajas y desventajas de la globalización

4.1.1.3 Globalización Económica y su impacto

4.1.1.4 Concepto de Internacionalización e Identidad

4.1.1.5 Ventajas y desventajas de la Globalización

#### 4.1.2 Sustentabilidad y Desarrollo Sustentable

4.1.2.1 Sustentabilidad y Desarrollo Sustentable

4.1.2.2 Antecedentes, origen y evolución del concepto de Sustentabilidad

4.1.2.3 Importancia del Desarrollo Sustentable y su impacto en la sociedad

4.1.2.4 Ejes de Sustentabilidad: Ecológico, Social, Económico, Espiritual, Político, Intelectual

#### 4.1.3 Plan de vida y carrera

4.1.3.1 Importancia de desarrollar un plan de vida y carrera

4.1.3.2 Autorrealización y establecimiento de objetivos a corto, mediano y largo plazo

4.1.3.3 Desarrollo humano y sus enfoques: espiritual - biológico y social - laboral y profesional e intelectual

4.1.3.4 Desarrollo humano y sus enfoques: espiritual - biológico y social - laboral y profesional e intelectual

4.1.3.5 Autorrealización y establecimiento de objetivos a corto, mediano y largo plazo

### 4.2 Formación sociocultural II

#### 4.2.1 Mecánica de grupos

4.2.1.1 Tipos de grupos

4.2.1.2 Concepto de grupo, equipo y grupo de trabajo

4.2.1.3 Grupos formales e informales

4.2.1.4 Equipos de trabajo

4.2.1.5 Equipos de alto desempeño

4.2.1.6 Diferencias entre equipo y equipo de trabajo

- 4.2.2 Formas de asociación al grupo
  - 4.2.2.1 Describir los momentos de competir, colaborar, contribuir y aportar
- 4.2.3 Dinámica de grupos
  - 4.2.3.1 Características de los grupos de trabajo
  - 4.2.3.2 Tamaño
  - 4.2.3.3 Cohesión
  - 4.2.3.4 Estatus
  - 4.2.3.5 Ética, moral y conciencia grupal
  - 4.2.3.6 Relaciones interpersonales y afectivas
  - 4.2.3.7 Habilidades y actitudes
  - 4.2.3.8 Objetivos y metas
- 4.2.4 Tipos de comunicación
  - 4.2.4.1 Efectiva
  - 4.2.4.2 Formal e informal
  - 4.2.4.3 Ascendente, descendente, lateral
- 4.2.5 Roles
- 4.2.6 Líder natural
- 4.2.7 Colaborador natural
- 4.2.8 Apoyo distante
- 4.3 Formación sociocultural III
  - 4.3.1 Liderazgo y toma de decisiones
    - 4.3.1.1 Poder y autoridad
    - 4.3.1.2 Concepto de liderazgo
    - 4.3.1.3 Tipos de liderazgo
      - 4.3.1.3.1 Autócrata
      - 4.3.1.3.2 Participativo
      - 4.3.1.3.3 Rienda Suelta
  - 4.3.2 Negociación y toma de decisiones

## GUÍA DE EXAMEN EXAI - LINM



- 4.2.3.1 Concepto manejo de conflictos
  - 4.3.2.1.1 Causas
  - 4.3.2.1.2 Efectos
- 4.3.3 Concepto de Negociación
- 4.3.4 Técnicas de negociación
  - 4.3.4.1 Ganar-ganar
  - 4.3.4.2 Ganar-Perder
  - 4.3.4.3 Perder-Perder
- 4.3.3 Toma de decisiones
  - 4.3.3.1 Concepto
  - 4.3.3.2 Herramientas para la toma de decisiones
    - 4.3.3.2.1 Lluvia de ideas
    - 4.3.3.2.2 Ishikawa
    - 4.3.3.2.3 Pareto
    - 4.3.3.2.4 Árbol de decisiones
- 4.4 Formación sociocultural IV
  - 4.4.1 Proceso del pensamiento creativo
  - 4.4.2 Concepto de Inteligencia
  - 4.4.3 Teoría de las inteligencias múltiples
  - 4.4.4 Concepto de Pensamiento vertical
  - 4.4.5 Concepto de pensamiento lateral
  - 4.4.6 Proceso de pensamiento creativo
  - 4.4.7 Desarrollo de ideas
    - 4.4.7.1 Concepto desarrollo de ideas
    - 4.4.7.2 Técnicas de creatividad para desarrollar ideas
  - 4.4.8 Analogía
  - 4.4.9 Lluvia de ideas
    - 4.4.9.1 Lista de preguntas

- 4.4.9.2 Método de palabras aleatorias
- 4.4.10 Cuadros morfológicos
  - 4.4.10.1 Depuración de ideas
  - 4.4.10.2 Enfoque sistémico
  - 4.4.10.3 Enfoque costo-beneficio
- 4.4.11 Desarrollo de conceptos
  - 4.4.11.1 Prototipos o modelos
  - 4.4.11.2 Teoría de impacto
  - 4.4.11.3 Estrategia de Branding
- 4.4.12 Prueba de conceptos
- 4.4.13 Definición de prueba de conceptos
- 4.4.14 Viabilidad técnica
- 4.4.15 Impacto estratégico o mercadológico
- 4.4.16 Costo/beneficio económico
- 4.4.17 Administración por valores
- 4.4.18 Ética y valores
  - 4.4.18.1 Concepto de ética personal, empresarial y social
  - 4.4.18.2 Concepto de Valores personales, sociales y universales
  - 4.4.18.3 Concepto de Moral, Responsabilidad, concientización y compromiso
- 4.4.19 Administración por valores
- 4.4.20 Plan de vida y carrera relacionado con los objetivos organizacionales

### **ASIGNATURAS DE ESPECIALIDAD**

- 5. Administración área Recursos Humanos
  - 5.1 Sueldos y salarios
    - 5.1.1 Fundamento teórico legal relativo al salario
    - 5.1.1 Prestaciones mínimas de ley
    - 5.1.1 Salario Diarios Integrado (Ley del IMSS)
    - 5.1.1 Prestaciones de seguridad social

- 5.1.1 Determinación de partes proporcionales de aguinaldo y prima vacacional
- 5.1.1 Cálculo de finiquitos e indemnizaciones (liquidaciones a cargo del patrón)
- 5.2 Integración de capital humano
  - 5.2.1 Reclutamiento de Personal
    - 5.2.1.1 Definición
    - 5.2.1.2 Fuentes de reclutamiento
    - 5.2.1.3 Elaboración de currículum
  - 5.2.2 Selección de Personal
    - 5.2.2.1 Proceso de selección de personal
    - 5.2.2.2 La entrevista
      - 5.2.2.2.1 Etapas de la entrevista
      - 5.2.2.2.2 Rapport
      - 5.2.2.2.3 Preparación
      - 5.2.2.2.4 Apertura
      - 5.2.2.2.5 Desarrollo
    - 5.2.2.3 Tipos de entrevista
      - 5.2.2.3.1 Estructurada
      - 5.2.2.3.2 No estructurada
      - 5.2.2.3.3 Mixta
    - 5.2.2.4 Pruebas
      - 5.2.2.5 Tipos de pruebas
        - 5.2.2.5.1 Pruebas de conocimientos
        - 5.2.2.5.2 Pruebas psicométricas
          - 5.2.2.5.2.1 Therman
          - 5.2.2.5.2.2 Merrill
          - 5.2.2.5.2.3 Cleaver
          - 5.2.2.5.2.4 16PF
        - 5.2.2.5.3 Pruebas de personalidad

- 5.2.2.7 Pruebas de habilidad
- 5.2.2.8 Contratación de personal
  - 5.2.2.8.1 Contrato individual de trabajo
  - 5.2.2.8.2 Tramites de alta de los trabajadores ante los organismos de seguridad social
    - 5.2.2.8.2.1 IMSS
    - 5.2.2.8.2.2 INFONAVIT
  - 5.2.2.9 Inducción de personal
    - 5.2.2.9.1 Objetivo
    - 5.2.2.9.2 Estructura del curso de inducción
    - 5.2.2.9.3 Manual de bienvenida
      - 5.2.2.9.3.1 Estructura
      - 5.2.2.9.3.2 Elementos
    - 5.2.2.10 Outsourcing
      - 5.2.2.10.1 Concepto
      - 5.2.2.10.2 Finalidad
      - 5.2.2.10.3 Ventajas
      - 5.2.2.10.4 Desventajas
- 5.3 Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia
  - 5.3.1 Comportamiento del consumidor
    - 5.3.1.1 El consumidor
    - 5.3.1.2 La conducta del consumidor
    - 5.3.1.3 Hábitos del consumo
  - 5.3.2 Investigación de mercados
    - 5.3.2.1 Tipos de investigación y de estudios de mercados
    - 5.3.2.2 Tipos de recolección de datos
    - 5.3.2.3 Panel de consumidores
- 5.4 Desarrollo de Negocios área Servicio Posventa Automotriz (SPA)
  - 5.4.1 Servicio posventa



- 5.4.1.1 Fundamento teórico del servicio posventa
  - 5.4.1.1.1 Servicio de atención al cliente
  - 5.4.1.1.2 Tipos de cliente
  - 5.4.1.1.3 Servicio Posventa
  - 5.4.1.1.4 Estrategias de telemercadeo
  - 5.4.1.1.5 Estrategias promocionales y de venta
    - 5.4.1.1.5.1 Estrategias de comunicación
    - 5.4.1.1.5.2 Publicidad
    - 5.4.1.1.5.3 Venta personal
    - 5.4.1.1.5.4 Relaciones públicas
    - 5.4.1.1.5.5 Estrategias de ventas
  - 5.4.1.1.6 Atributos del servicio
  - 5.4.1.1.7 Calidad en el servicio
  - 5.4.1.1.8 Estudio de la satisfacción del cliente
  - 5.4.1.1.9 Servicio y atención al cliente
  - 5.4.1.1.10 Comunicación asertiva y escucha activa
  - 5.4.1.1.11 Métodos y estrategias en la solución de conflictos
- 5.4.2 Diagnóstico del automóvil
  - 5.4.2.1 Generalidades del Diagnóstico del vehículo (Herramientas de apoyo)
  - 5.4.2.2 Alineación y balanceo
  - 5.4.2.3 Sistemas electrónicos del vehículo (sensores-computadora- actuadores)
  - 5.4.2.4 Red Multiplexada de un vehículo

## BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA

### INGLÉS

Anderson, N. (2003). Active skills for Reading. Book 1. Estados Unidos:Thomson.

Referencia en biblioteca: 24998 (UTEQ)

Anderson, N. (2003). Active skills for Reading. Book 4. Estados Unidos:Thomson.

Referencia en biblioteca: 24762 (UTEQ)

Craven, M. (2003). Introducing Reading Keys. Tailandia:Macmillan.

Referencia en biblioteca: 25183 (UTEQ)

Murphy, R. (1997). Essential Grammar in use. Gran Bretaña:Cambridge

University Press. Referencia en biblioteca: 005805 (UTEQ)

Murphy, R. (1997b). Grammar in use. Gran Bretaña:Cambridge University Press.

Referencia en biblioteca: 005794 (UTEQ)

Thomson, A. y Martinet, A. (2001). A practical English grammar. Exercise 2.

China:Oxfordo University Press. Referencia en biblioteca: 14154 (UTEQ)

### Formación sociocultural I

Díaz, J., Rodríguez, C., Estrada, J. (1988). El trabajo en equipo. México. Ed. Sitsa.

Lafarga, J. Gómez, C., J. (1978). Desarrollo del potencial humano Vol. I y II. México. Ed. Trillas.

Roitman, R. (2006). El pensamiento sistémico. Ed. Siglo XXI.

### Formación sociocultural II

Robbins, S. (1996). Fundamentos de administración, conceptos y aplicaciones. México. Ed. Prentice Hall.

Robbins, S. (1998). La administración en el mundo de hoy. México. Ed. Prentice Hall.

Konz, S. (1996). Diseño de sistemas de trabajo. México. Ed. Limusa.

### Formación sociocultural III

Crosby, P. (1996). Principios absolutos de liderazgo. México. Ed. Prentice Hall.

Roth, S., William, S. (1995). Cuatro caras del liderazgo. México, Ed.

Hispanoamericana Macchi.

Handscorn, R. (1993). Liderazgo estratégico. Barcelona. Ed. McGraw Hill

### **Formación sociocultural IV**

De Sánchez, Margarita A. (2005). Desarrollo de habilidades del pensamiento (creatividad). México. Ed. Trillas.

Urgía A. (2006). Pensamiento crítico y aprendizaje colaborativo. México. Ed. Jit Press.

Urgía A. (2000). Pensamiento crítico, manual de actividades. México. Ed. Jit Press.

Planchar K., O'Connor, M. (1997). Administración por valores. México. Ed. Grupo Norma.

### **Expresión oral y escrita**

Fundación del Español Urgente. [www.fundeu.es](http://www.fundeu.es)

McEntee, E. (1988). Comunicación oral, el arte y ciencia de hablar bien en público.

México: Alhambra Mexicana.

Paredes Chavarría, Elia Acacia. Prontuario de lectura, lingüística, redacción, comunicación oral y nociones de literatura. Limusa: México, 2006.

Rulicki, S., Cherny, M. (2007). Comunicación no verbal. México: Granica.

Weston, A. (2011). Las claves de la argumentación. (Trad. M. Vidal). España: Ariel. (Original en inglés, 1994, 2002 y 2011).

### **Integración de capital humano**

Arias, F., Heredia. V. (2004). Administración de recursos humanos para el alto desempeño. México, D.F. Ed. Trillas.

Bohlander, S. (2001). Administración de recursos humanos, México, D.F. Ed. Thomson.

Gómez, L., Balkin, D., & Carly, R. (2004). Dirección y Gestión de recursos humanos. Madrid, España. Ed. Pearson.

Schneider, B. (2004). Outsourcing, México, D.F. Ed. Norma

### **Administración**

Koontz, H. (2008). Administración, una perspectiva global (13ª. Ed). México, D.F. Ed. Mc Graw Hill.

Robbins, S. (2004). Administración (8ª. Ed.). México, D.F. Ed. Pearson Education.

### **Sueldos y salarios**

Reyes, A. (2006). Administración de personal, Relaciones Humanas. México, D.F. Ed. Limusa.

Dessler, G., (2001). Administración de personal. México, D.F. Ed. Pearson Educación.

Rodríguez, J., (2000). Administración moderna de personal. México, D.F. Ed. Ediciones contables, administrativas y fiscales.

Ley Federal del Trabajo 2016. Congreso de la Unión, México.  
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>

Ley del Instituto Mexicano del Seguro Social 2016. Congreso de la Unión, México.  
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>

Ley del Impuesto sobre la Renta 2016. Congreso de la Unión, México.  
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>

### **Estadística**

Webster, A. (2000). Estadística aplicada para los negocios. México, D.F. Ed. Mc Graw Hill.

Lind, D. A., Marshall, W. G. (2005). Estadística aplicada para los negocios y la economía. México, D.F. Ed. Mc Graw Hill.

Triola, M. (2008). Estadística. México, D.F. Ed. Pearson.

Anderson, D. R., Swenney, D. J., Williams, T. A. (2004). Métodos cuantitativos para los negocios. México, D.F. Thomson.

### **Fundamentos de Mercadotecnia**

Fisher, L., Espejo, J. (2003). Mercadotecnia. México, D.F. Ed. Mc Graw Hill.

Hoffman, et al. (2007). Principios de Marketing y sus mejores prácticas. EUA. Ed. Thomson.

Kotler, P. (2008). Fundamentos de Marketing. México, D.F. Pearson Prentice Hall.

### **Comportamiento del consumidor**

Zaltman, G., (2004). Como piensan los consumidores. Nueva York, EUA. Ed. Ediciones empresa activa.

Peter, J. P., (2006). Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing. Madrid, España. Ed. Mc Graw Hill.

### **Investigación de Mercados**

Malhotra, N. K., (2008). Investigación de Mercados. México, D.F. Ed. Pearson Educación.

Fisher, L., (2008). Casos de Investigación de Mercados. México, D.F. Ed. Independiente.

Galindo Cota, R., (2008). Innovación de productos, desarrollo, investigación y estrategia de mercado. México, D.F. Ed. Trillas.

### **Presupuestos**

Ramírez, P. D. (2008). Contabilidad administrativa. México, D.F. Ed. Mc Graw Hill interamericana.

Del Río, G. C. (2009). El presupuesto. México, D.F. Ed. Cengage Learning. Guajardo, C. G. (2009).

Contabilidad financiera. México, D.F. Ed. Cengage Learning.

### **Informática**

Cohen, D. (2009). Tecnologías de información en los negocios. México, D.F. Ed. Mc Graw Hill interamericana.

Perry, G. (2007). Office 2007, D.F. Ed. Cengage Learning.

### **Calidad**

Anda, C. (2009). Administración y calidad. México, D.F. Ed. Limusa.

Evans, J. (2008). Administración y control de la calidad. México, D.F. Ed. Cengage Learning.

Gutiérrez, H. (2009). Control estadístico de la calidad y seis sigma. México, D.F. Ed. Mc Graw Hill.

### **Matemáticas**

Baldor, A. (2007). Álgebra. México, D.F. Ed. Grupo Editorial Patria.

Budnik, F. (2006). Matemáticas aplicadas para la administración, Economía y Ciencias Sociales. México, D.F. Ed. Mc Graw Hill.

Haeussler, E. F. (2008). Matemáticas para Administración y Economía. México, D.F. Ed. Pearson Prentice Hall.

### **Administración de almacén**

Welsh, G. A. (2004). Presupuestos. México, D.F. Ed. Prentice Hall.

Chapman, S. N. (2006). Planificación y control de la producción. México, D.F. Ed. Pearson Educación.

Anaya, T. J. (2008). Conceptos básicos de la gestión de almacenes. México, D.F. Ed. ESIC.

### **Servicio Posventa**

Zeithaml, V. (2006). Mercadotecnia de servicios. New York EUA, D.F. Mc Graw Hill.

Schefer, R. (2008). Brújula del servicio. New York EUA, D.F. Pearson.

## **Diagnóstico del automóvil**

Bosh, V. (2001). Manual de la técnica del automóvil. Barcelona, España. Ed. Reverte.

Wayne Tomasi. (2000). Sistemas de comunicación electrónicas. México, D.F. Ed. Prentice Hall.

Croase, W. (2002). Equipo eléctrico y electrónico del automóvil. Madrid, España. Ed. Alfa Omega.

## **COORDINACIÓN Y DISEÑO METODOLÓGICO**

### **Guía y EXAI-LGCH**

M. en A. Leoncio B. Baltazar Jiménez

M. en A. Dinora Salas Gopar

M. en A. Maribel Cárdenas Parrales

Ing. Leopoldo Aguilar Rodríguez

M. en A. María Elena Barrón Hernández

### **Colaboración técnica especializada**

M. en A. Martha Esthela Zita Lagos

Mtro. Raúl Diego Almanza Vázquez

Mtra. Carmen Coronel López

Ing. Marco Antonio Ballinas León