

## GUÍA DE ESTUDIO

### TEMARIO ADMINISTRACIÓN

#### 1. Funciones de la Administración.

##### 1.1 Introducción a la Administración.

- ❖ Concepto
- ❖ Origen y evolución de la administración
- ❖ Importancia de la administración.
- ❖ El trabajo del administrador
- ❖ Elementos de la administración
- ❖ La administración y sus Escuelas
- ❖ Modelos de negocio

##### 1.2 Enfoques actuales de la Administración

- ❖ Competencias Gerenciales
- ❖ Pilares de la Ventaja Competitiva

#### 2. Proceso administrativo

##### 2.1 Planeación

- ❖ Definición
- ❖ Principios de planeación

##### 2.2 Organización

- ❖ Definición
- ❖ Etapas de la organización
- ❖ Organigramas
- ❖ Grado de control
- ❖ Niveles de autoridad
- ❖ Tipos de estructuras
- ❖ Administración de Recursos Humanos y contratación de personal
- ❖ Análisis de puestos
- ❖ Reclutamiento
- ❖ Selección
- ❖ Evaluación del desempeño
- ❖ Outsourcing

##### 2.3 Dirección

- ❖ Definición
- ❖ Etapas de la Dirección

##### 2.4 Control

- ❖ Definición
  - ❖ Principios de control
  - ❖ Etapas del control
  - ❖ El control y su periodicidad
  - ❖ El control por áreas funcionales
  - ❖ Técnicas para el control
-

## **TEMARIO LEGISLACIÓN**

### **1. Generación de Negocios.**

#### **1.1 Atributos y Regímenes de las personas físicas y morales**

- ❖ Atributos de Personas Físicas y Personas Morales
- ❖ Regímenes Fiscales Personas Físicas.
- ❖ Personas Morales

#### **1.2 Propiedad Intelectual**

- ❖ Marcas
- ❖ Patentes
- ❖ Derechos de Autor

#### **1.3 Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir, sus accesorios y ropa de casa (NOM-004.SCFI-2004)**

- ❖ Especificaciones de Información
- ❖ Información comercial contenida en la etiqueta
- ❖ Instrumentación del Etiquetado

#### **1.4 Seguridad Social**

- ❖ IMSS
- ❖ Derecho del Trabajo

### **2. Comercio Internacional. Logística de Exportación**

#### **2.1 Documentos y trámites de exportación**

#### **2.2 Medios de transporte**

#### **2.3 Regímenes Aduaneros**

- ❖ Definitivos
- ❖ Temporales
- ❖ Deposito Fiscal
- ❖ Tránsito de mercancías
- ❖ Elaboración, transformación o reparación en recinto fiscalizado
- ❖ Recinto Fiscalizado estratégico

#### **2.4 Regulaciones**

- ❖ Arancelarias
- ❖ No arancelarias

#### **2.5 Términos de Comercio Internacional (INCOTERMS)**

- ❖ Características
- ❖ Clasificación

#### **2.6 Programas de apoyo**

- ❖ IMMEX
- ❖ Draw Back
- ❖ ALTEX
- ❖ ECEX
- ❖ NAFINSA

#### **2.7 Prácticas desleales del Comercio Internacional**

- ❖ Subvención
  - ❖ Dumping
-

## **TEMARIO MERCADOTECNIA**

- 1. Introducción**
    - 1.1 Definiciones y concepto**
    - 1.2 El valor, la lealtad y el posicionamiento.**
  
  - 2. El mercado.**
    - 2.1 Comprensión del mercado y de las necesidades del cliente.**
    - 2.2 Análisis del entorno.**
    - 2.3 Oferta y demanda.**
    - 2.4 Tipos de mercado.**
      - ❖ Consumo.
      - ❖ Negocios.
      - ❖ Globales.
  
  - 3. Investigación de Mercados**
    - 3.1 Fuentes de información**
      - ❖ Encuestas
      - ❖ Sesiones de grupo
    - 3.2 Objetivo de la investigación de mercado**
    - 3.3 Tipos de Investigación de mercado**
    - 3.4 Proceso de la investigación de mercado (Pasos)**
    - 3.5 Variables de investigación de mercado**
      - ❖ Nivel socioeconómico (NSE)
      - ❖ Variables geográficas.
      - ❖ Variables demográficas.
      - ❖ Variables psicográficas.
      - ❖ Variables conductuales
  
  - 4. Participación de mercado.**
    - 4.1 Segmentación de mercados.**
      - ❖ Tipos de segmentación de mercados
    - 4.2 Nicho de mercado.**
      - ❖ Diferencias entre mercado objetivo, real y potencial.
    - 4.3 Estrategia de mercado**
  
  - 5. El entorno de la mercadotecnia.**
    - 5.1 Microentorno de la empresa.**
      - ❖ La empresa.
      - ❖ Proveedores.
      - ❖ Canales de distribución.
      - ❖ Clientes.
      - ❖ Competidores.
      - ❖ Públicos diversos.
    - 5.2 Macroentorno de la empresa.**
      - ❖ Entorno demográfico.
      - ❖ Entorno económico.
      - ❖ Entorno natural.
-

- ❖ Entorno tecnológico.
- ❖ Entorno político.
- ❖ Entorno cultural.

## **6. La mezcla de mercadotecnia.**

### **6.1 Las 4 P's de la mercadotecnia.**

- ❖ Producto
- ❖ Precio
- ❖ Plaza
- ❖ Promoción

### **6.2 Las 5 P's de la mercadotecnia.**

- ❖ Protección.
- ❖ Poder del cliente.
- ❖ Posicionamiento.
- ❖ Post venta.
- ❖ Packaging (Empaque).

## **7. Importancia de la Distribución**

### **7.1 Canales**

- ❖ Abastecimiento
- ❖ De distribución

### **7.2 Puntos de Venta**

## **TEMARIO PUBLICIDAD**

### **1. La Publicidad**

#### **1.1 Definición, conceptos**

#### **1.2 Principios**

#### **1.3 Historia**

### **2. Relación con la mercadotecnia**

#### **2.1 Definición**

#### **2.2 Modelo AIDA**

#### **2.3 Marketing mix 4P's vs 4C's**

#### **2.4 Mercado y segmentos**

- ❖ Tipos de mercado
- ❖ Segmentación

#### **2.5 Público objetivo**

---

- ❖ Tipos de consumidor
- ❖ Características generacionales

### **3. Comunicación**

#### **3.1 Definición y esquema**

- ❖ Semiótica
- ❖ Pensamiento
- ❖ Ecosistema 4.0

#### **3.2 Comunicación de marca**

- ❖ Semiosis institucional
- ❖ Diagnóstico corporativo
- ❖ Proyección de marca

#### **3.3 Identidad corporativa**

- ❖ Marca
- ❖ Logo y sus tipos
- ❖ Manual de identidad corporativa

#### **3.4 Proceso creativo**

- ❖ Racional creativo
- ❖ Elementos

#### **3.5 Comunicación publicitaria**

- ❖ Elementos
- ❖ Tipos de medios
- ❖ Plan de medios

### **4. Campaña publicitaria**

#### **4.1 Concepto creativo**

- ❖ Storytelling
- ❖ Storyboard
- ❖ Mood board
- ❖ Master Graphic
- ❖ Breafing
- ❖ Sistema de creencias
- ❖ Working process
- ❖ Buyer persona
- ❖ SMART

#### **4.2 Elementos**

- ❖ Promesa básica
- ❖ Plataforma de redacción
- ❖ Slogan
- ❖ Racional creativo
- ❖ Angulo motivador

## ACTIVIDADES

### EXAMEN GENERAL DE CONOCIMIENTOS

A continuación, te sugerimos una serie de actividades con el fin de ayudarte a presentar tu Examen General de Conocimientos.

El ser humano tiene la capacidad de adquirir nuevos conocimientos y dejarlos registrados en su memoria, a continuación, presentamos una serie de actividades que facilitarán al sustentante su preparación para el examen:

Basado en la bibliografía básica y complementaria que te sugerimos de cada tema te proponemos realizar las siguientes actividades:

#### **1. Haz una buena lectura de textos:**

Este es el primer paso para empezar a aprender algo de forma autodidacta. Documentarse sobre lo que queremos llegar a dominar es fundamental. Hacer una lectura de iniciación es siempre útil ya que nos permite ver, a simple vista, cómo de extenso es aquello que deseamos aprender y tener una idea general.

Es importante tener en cuenta que para comprender un texto deberás:

- Dejar subrayado las ideas más importantes.
- Buscar en el diccionario las palabras que no entiendas.
- Hacer notas a pie de página.
- La importancia de la utilización de esquemas.
- El repaso y estudio te ayudarán para afianzar los contenidos.
- Realizar las tres etapas de la lectura: Prelectura, lectura y post-lectura.
  - Primero responde mentalmente las preguntas que te surjan antes de leer el tema.
  - Después lee el texto en pausas para comprender lo que estas leyendo.

- Realiza otra lectura, que es la lectura en sí y que es más profunda donde diferenciaras los conceptos básicos, definiciones y fechas importantes según tu guía de estudio.
- Por último, analiza lo que has leído mediante la elaboración de resúmenes, apuntes o esquemas, lo que te servirá para estudiar lo leído.

## **2. Identificación de las ideas en los textos**

Utiliza marca textos de colores para identificar las ideas primarias, secundarias y los argumentos de un texto, al estar resaltadas te permitirá reconocer el tema central del texto que lees.

- Puedes emplear los siguientes colores:
  - verde = idea principal
  - azul = idea secundaria y
  - amarillo = argumentos

## **3. Busca el significado de las palabras que no comprendas**

Cuando encuentres una palabra que no comprendas, resalta ésta en amarillo o anótala en un cuaderno/block de notas y busca su significado en el diccionario.

## **4. Parafrasea contenido**

Una vez que termines de hacer la lectura, anota en el mismo cuaderno/block, todas las ideas o palabras clave del tema, es decir, con tus propias palabras redacta lo que acabas de leer destacando el porqué es relevante el material de estudio revisado.

## **5. Realiza organizadores de texto**

Utiliza los cuadros C-Q-A, que son organizadores de texto que te permiten:

- Identificar lo que conoces del tema (C).
- Aspectos que desconoces del mismo tema (Q).
- Lo que has aprendido sobre el tema (A).

## 6. Realiza organizadores gráficos

Puedes emplear los organizadores gráficos también como una estrategia visual de estudio, tales como el mapa mental, mapa conceptual, cuadro sinóptico, diagramas de flujo, infografías, entre otros, puesto que a través de poco texto e imágenes de referencia podemos recordar con facilidad lo revisado en los temas estudiados.

## 7. Realiza resúmenes

Adicional a los organizadores de texto y organizadores gráficos, recurre a los resúmenes, síntesis, sinopsis, opiniones, comentarios y críticas para explicar un tema.

- Resumen: identifica los elementos centrales de un texto, independientemente de su longitud.
- Síntesis: generalmente destacan las ideas centrales y secundarias de un texto para poder comprender el tema.
- Sinopsis: describe a grandes rasgos de qué trata un tema en específico, generalmente se utilizan como estrategia de venta de libros o películas, principalmente por la breve semblanza que dan del contenido.
- Opiniones: se caracterizan por utilizar el punto de vista individual respecto a una temática.
- Comentario: se caracteriza por sustentar con hechos u otras fuentes una información revisada, por ejemplo, un comentario sobre la noticia de los animales en peligro en extinción, utilizando fuentes como WWF, Greenpeace y artículos científicos para sustentar el punto de vista.

- Crítica: parte del conocimiento previo que se tenga respecto a un tema, se vuelve más impersonal y puede apoyar/rechazar la idea central del texto o documento leído.

## **8. Realiza líneas de tiempo**

Las líneas del tiempo se consideran también una buena estrategia de estudio en temas que requieran identificar: fechas, lugares, personajes, sucesos o eventos a lo largo de un lapso determinado de tiempo; puede utilizarse también como una forma de resumir un texto histórico. En estas vamos determinando acontecimientos en el orden que suceden hasta formar una línea de inicio a fin.

## **9. Realiza notas al pie de texto**

Las notas al pie de texto o al margen, nos permiten identificar con una palabra o palabras clave que se indica en cada uno de los párrafos que conforman la lectura en su totalidad, si bien, puede parecer un poco exhaustivo el proceso de marcar las palabras clave en un texto, sirve para señalar dónde se encuentran los posibles datos que vienen en el examen.

## **Recomendaciones generales al final de la sesión de estudio**

- Para reforzar tu aprendizaje, cada vez que termines de estudiar un tema pregúntate:
  - ¿Qué entendí?
  - ¿Soy capaz de resolver las preguntas de ejemplo que se presentan en la guía de cada materia?
  - ¿Puedo hablar del tema de manera fluida incluyendo todas las ideas esenciales?
  - ¿Puedo resolver problemas nuevos correspondientes al tema que estudié?

- Para recordar la información que has aprendido, cuando termines de estudiar un tema, elabora tus propias preguntas y respóndelas.

## EJEMPLOS

### EJEMPLOS DE REACTIVOS DE ADMINISTRACIÓN

Es la determinación de los objetivos y elección de los cursos de acción basados en la investigación y elaboración de un esquema detallado que habrá de realizarse en el futuro.

- Organización
- Planeación
- Dirección
- Control

Es un esquema detallado de lo que se efectuará en el futuro con las indicaciones necesarias para realizarlo.

- Objetivo
- Plan
- Meta
- Estrategia

En el mes de marzo se abrió un taller de producción de ropa interior; su primera meta fue cortar y coser 200 coordinados (brassier y pantaletas) en diez días, con tan sólo 100 metros de tela. Al concluir el plazo, se logró cortar y coser los coordinados casi en su totalidad, pero fue necesario adquirir 25 metros más debido a errores en el corte.

De las siguientes opciones, indique qué necesita alcanzar el cortador(a) para que la producción cumpla con los requerimientos solicitados.

Seleccione una respuesta:

- a. Eficacia
- b. Eficiencia
- c. Responsabilidad
- d. Puntualidad

### **EJEMPLOS DE REACTIVOS DE LEGISLACIÓN**

¿Cuál de los siguientes modelos empresariales se puede constituir como consumidores de bienes y/o servicios, productores de bienes y/o servicios o de ahorro y de préstamo?

- a. Sociedad anónima
- b. Sociedad en nombre colectivo
- c. Sociedad de responsabilidad limitada
- d. Sociedad cooperative

De las opciones que se relacionan a continuación, indique la que corresponde a la vigencia de una Marca

- a. 5 años
- b. 10 años
- c. 15 años
- d. 20 años

La Elegante S. A.” es una empresa fabricante de almohadas finas y ha decidido extender su producción y comercialización lanzando una línea de sábanas.

¿Qué información comercial se incluirá obligatoriamente en la etiqueta permanente de esta ropa de cama?

- 1. Marca comercial
- 2. Descripción de insumos
- 3. País de origen

4. Razón social y domicilio fiscal del fabricante
5. Registro federal de contribuyentes
6. Medidas
7. Instrucciones de cuidado

Seleccione la respuesta correcta.

- a. 1, 2, 3, 7
- b. 1, 4, 6, 7
- c. 2, 3, 4, 5
- d. 2, 3, 6, 7

### **EJEMPLOS DE REACTIVOS DE MERCADOTECNIA**

¿Cuál es el tipo de distribución más fuerte para un mercado especializado en ropa de venta por volumen?

- a. Canal detallista
- b. Canal directo
- c. Canal mayorista
- d. Canal agente/intermediario

Las definiciones que corresponden a revisión, codificación y tabulación son:

- a. Acciones que determinan el número de elementos homogéneos requerido para la investigación; define el nivel de conocimientos e impacto entre los consumidores; reporte adecuado de los datos
  - b. Acciones que evalúan la validez de la investigación; define el nivel de conocimientos e impacto entre los consumidores; resume en forma clara la secuencia que se siguió
  - c. Acciones que permiten evaluar la eficacia de la investigación de mercados; asignación de los datos con sus categorías pertinentes; ordenamiento de la información recopilada de forma coherente y eficiente
-

- d. Acciones que permiten revisar el desempeño del entrevistador; supervisión de por lo menos el 20% del trabajo hecho; resume en forma clara la secuencia de la investigación

Un estudio de mercado mostró que las bolsas para dama deben ser fabricadas con materiales reciclables de primera calidad, diseños innovadores y colores de moda. Las entrevistadas también argumentaron que pueden pagar más de 5 mil pesos por ellas. Identifique el público al que va dirigido el producto.

- a. Nivel socioeconómico C+ y B
- b. Nivel socioeconómico C
- c. Nivel socioeconómico E
- d. Nivel socioeconómico D

### **EJEMPLOS DE REACTIVOS DE PUBLICIDAD**

Un fabricante de calzado para dama desea ampliar su gama de producto hacia el rubro de zapatos deportivos. La empresa aplicará una encuesta al interior con sus empleados para establecer ciertos parámetros de los cambios a realizar. ¿Qué aspecto de los siguientes debe incluirse en el formato de sondeo?

- a. Políticas de apoyo al distribuidor
- b. Ventajas competitivas del producto
- c. Valores proyectados por la empresa
- d. Congruencia visual en la publicidad

Una agencia de publicidad realizó una investigación de mercado a una marca de moda con el fin de conocer la percepción de su público sobre el diseño del producto en diversas variables. Para la investigación se aplicó la técnica cuantitativa de

---

encuesta telefónica y como técnica cualitativa un grupo focal. ¿Qué gráfica debe utilizarse para presentarle al cliente los resultados arrojados por la encuesta y el grupo focal de manera sintética?

- a. Vector
- b. Barras
- c. Pastel
- d. Polígono

“MARITERE”, reconocida ropa de diseñador va dirigida a un segmento que gusta vestir prendas clásicas, discretas y de buen gusto. ¿Qué técnica visual debe utilizar la empresa en el concepto de campaña para llegar a su público objetivo?

- a. Sutileza
- b. Audacia
- c. Profusión
- d. Exageración

## BIBLIOGRAFIA

### ADMINISTRACIÓN

#### BÁSICA

- Chiavenato, I. (2011). Introducción a la Administración. Ed. Mc Graw Hill. Argentina

#### COMPLEMENTARIA

- Koontz H. (2012) Administración. Una perspectiva global. 14va. Edición.
- Münch, Lourdes (2015) Administración proceso administrativo, clave del éxito empresarial.
- Pavón Miguel A. (2017) Administración de la moda MX: básicas para la gestión de pequeñas empresas y de nueva creación
- Universidad Tecnológica de México (2004). Administración. 5ª. Edición.
- Weihrich, Heinz (2017) Administración Una perspectiva global, empresarial y de innovación 15 ed. McGraw Hill

### LEGISLACIÓN

#### BÁSICA

- Venegas, Arturo (2020) Guía para emprendedores en moda.
- Maubert C. (2005) *Comercio Internacional, aspectos operativos, administrativos y financieros*, Edit. Trillas, México.

#### COMPLEMENTARIA

Código Civil Federal, Consultado en:

<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/2.pdf>

Código Civil para el D.F. consultado en :

<http://www.aldf.gob.mx/codigos-107-4.html>

Ley de Nacionalidad consultado en:

<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/53.pdf>

Ley del Impuesto sobre la Renta, consultado en:

<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lisr.htm>

Portal del SAT: [www.sat.gob.mx](http://www.sat.gob.mx)

Uso de la aplicación de mis cuentas:  
[https://www.youtube.com/watch?v=nftzbYKmv\\_4](https://www.youtube.com/watch?v=nftzbYKmv_4)

Personas Físicas con actividad profesional:  
<https://www.youtube.com/watch?v=FOI60y-QRVc>

Ley General de Sociedades Mercantiles, consultado en:  
[http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/144\\_140618.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/144_140618.pdf)

Requisitos para dar de alta una sociedad por Acciones simplificadas, consultado en:  
<https://www.gob.mx/tuempresa/articulos/crea-tu-sociedad-por-acciones>

Plataforma del Instituto de Protección Industrial  
[www.impi.gob.mx](http://www.impi.gob.mx)

Ley de la propiedad Industrial, consultada en:  
[www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/doc/50.doc](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/doc/50.doc)

Servicio de consultas sobre información de marcas, nombres, avisos comerciales, registrados y en trámite, consultado en:  
<http://marcanet.impi.gob.mx/marcanet/controler/>

Instituto Mexicano de Propiedad Industrial, consultado en:  
<http://www.impi.gob.mx>

Instituto Nacional de Derechos de Autor (INDAUTOR), consultado en:  
<http://www.indautor.gob.mx/?navegador2='1'&valor=>

Ley Federal de Derechos de Autor, consultado en:  
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/122.pdf>

NOM-004\_SCFI-2006  
Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir, sus accesorios y ropa de casa, consultado en:  
<http://www.aduanas-mexico.com.mx/claa/ctar/normas/nm004bsc.htm>

Secretaria de Hacienda y Crédito Público, consultado en:  
[http://www.aduanas.gob.mx/aduana\\_mexico/2008/importando\\_exportando/142\\_18120.html](http://www.aduanas.gob.mx/aduana_mexico/2008/importando_exportando/142_18120.html)

Ley Aduanera, consulado en:  
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/12.pdf>

## **MERCADOTECNIA**

### BÁSICA:

- Philip Kother/ Gary Armstrong. (2013) Fundamentos de Mercadotecnia 11 ed. Pearson
- Martinez, Gema. (2018) Marketing y comunicación de moda. ESIC

### COMPLEMENTARIA

- Graham, Barbara. (2018). Promocionar la moda: comunicación, marketing y publicidad. Promopress
- Münch, Lourdes (2015) Nuevos fundamentos de mercadotecnia hacia el liderazgo del mercado. 3 ed. Trillas

## **PUBLICIDAD**

### BÁSICA:

- Costa Joan (2013) Identidad Corporativa, Trillas.
- Anouti, Calune y Graham, Barbara (2018). Promocionar la moda. *Comunicación, marketing y publicidad*. Promopress.

### COMPLEMENTARIA

- De la Rica Gabriela, (2015) México Rifado Branding Narrativo para el México Emergente, Ámbar Diseño.
- O'Guinn, Thomas C.(2013) Publicidad y Promoción Integral de Marca. 6 Ed. Cengage Learning
- Neumann, Julian S. (2021) La ruta de la campaña: publicidad estratégica para inexpertos. Alferatz
- Ortíz, Manuel. (2013) Medios publicitarios. Paci
- Pintado, Teresa (2013) Imagen corporativa, influencia en la gestión empresarial. Alfaomega; ESIC

### **Consejos para presentar el examen**

- El ingreso es con cubrebocas
- Portar una identificación oficial con fotografía.
- Evitar tener asuntos pendientes para contestar la prueba sin presiones.
- Dormir bien la noche anterior a la prueba.
- Usar ropa cómoda.
- Llegar, por lo menos, 30 minutos antes del inicio del examen, con lo cual se evitarán presiones y tensiones innecesarias
- Escuchar con atención las indicaciones del aplicador; él le proporcionará información sobre el inicio y la terminación del examen y otras instrucciones importantes.
- Leer cuidadosamente cada pregunta antes de seleccionar la respuesta.
- Hay que recordar que para cada pregunta hay cuatro opciones de respuesta identificadas con las letras: A), B), C) y D) y sólo una es la correcta.
- Solo podrás tener a la mano bolígrafo color azul, y se te otorgará una hoja blanca para anotaciones que requieras.

### **Restricciones**

- No utilizar el teléfono celular durante la aplicación del examen. Lo tendrás que dejar en el espacio que te indique el aplicador.
- Desactivar las alarmas del reloj y/o celular.
- No usar calculadoras, libros, manuscritos o algún material que pueda servir como distractor en la prueba.
- No fumar ni comer dentro del lugar de aplicación.
- No colocar bebidas sobre la mesa donde se esté resolviendo el examen.
- Se sancionará a toda persona que sustraiga información de la prueba.
- Se cancelará el examen de toda persona que se le sorprenda copiando.