

# EXAMEN DIAGNÓSTICO

GUÍA DE ESTUDIO 2026



## Índice

Introducción.	3
Guía de Estudio – Administración	5
Guía de Estudio – Mercadotecnia	7
Guía de Estudio – Contabilidad	8
Guía de Estudio – Metodología de la Investigación	12

## **Introducción.**

La Universidad Autónoma de Baja California (UABC), a través de cuatro de sus Facultades, ofrece la **Maestría en Administración (MA)**, un programa de posgrado con orientación profesionalizante, diseñado para fortalecer el desarrollo de competencias directivas, estratégicas y analíticas en el ámbito de la gestión organizacional.

Este programa tiene como propósito formar profesionales altamente capacitados para analizar, diseñar e implementar soluciones innovadoras ante los retos que enfrentan las organizaciones contemporáneas, tanto del sector público como del privado. Mediante un enfoque práctico, actualizado y vinculado con la realidad del entorno empresarial e institucional, la Maestría en Administración contribuye al fortalecimiento de habilidades de liderazgo, toma de decisiones, planeación estratégica y mejora continua, impactando de manera positiva en la eficiencia, productividad y competitividad de las organizaciones.

El objetivo general de la MA es formar profesionistas de alto nivel en el área administrativa, a través de un plan de estudios integral que incorpora diversas herramientas de análisis, gestión y evaluación. Dicho plan permite abordar de manera efectiva las distintas situaciones y problemáticas que enfrentan las organizaciones en un contexto global caracterizado por la alta competitividad, la innovación constante y el cambio dinámico. Asimismo, el programa promueve un sólido compromiso con la responsabilidad social, la ética profesional y el respeto al medio ambiente, impulsando la generación de soluciones creativas, sostenibles e innovadoras a problemas complejos.

Dado que la Maestría en Administración está dirigida a profesionistas provenientes de diversas áreas del conocimiento, resulta fundamental asegurar que las personas aspirantes cuenten con un nivel mínimo de conocimientos en cuatro áreas básicas: **Administración general, fundamentos de Mercadotecnia, Contabilidad básica y Metodología de la Investigación.** Lo anterior tiene como finalidad garantizar que las y los estudiantes puedan aprovechar de manera óptima los contenidos académicos del programa desde el inicio de sus estudios.

Reconociendo que una parte significativa de las y los aspirantes posee experiencia profesional previa y ha adquirido estos conocimientos principalmente en la práctica, el programa contempla la elaboración de una **guía de estudio** que permite respaldar y complementar dicha experiencia con fundamentos teóricos. Esta guía tiene como propósito apoyar la preparación para la aplicación de un **examen diagnóstico**, cuyos resultados permiten identificar el nivel de dominio en cada una de las áreas mencionadas.

Es importante señalar que el examen diagnóstico **no es un mecanismo de exclusión** del programa. En caso de no alcanzar el puntaje mínimo requerido de **70 puntos en alguna de las áreas evaluadas**, la persona aspirante deberá cursar uno o más **módulos de nivelación** antes de su ingreso formal a la maestría. Dichos cursos de nivelación se ofrecen en modalidad **en línea asincrónica** y cuentan con un costo por módulo.

Una vez acreditados los módulos de nivelación correspondientes, la o el aspirante recibe su **carta de aceptación** y se procede a la formalización de su ingreso a la Maestría en Administración.

***Facultad de Contaduría y Administración***

*Coordinación General de la MA*

## **Guía de Estudio – Administración**

### **1. Administración**

- 1.1 Concepto de administración
- 1.2 Importancia y objetivos
- 1.3 Administración como ciencia, técnica y arte
- 1.4 Ética y responsabilidad social

### **2. Pensamiento administrativo**

- 2.1 Evolución histórica: Escuela científica, Escuela clásica, Escuela humanista, Enfoque sistémico, Tendencias actuales.

### **3. Funciones administrativas**

#### **4. Proceso Administrativo**

- 4.1 Definición del proceso administrativo
- 4.2 Las 4 etapas básicas: Planeación, Organización, Dirección y Control

### **5. Planeación**

- 5.1 Concepto e importancia
- 5.2 Planeación estratégica
- 5.3 Planeación táctica
- 5.4 Planeación operativa

### **6. Planeación estratégica**

- 6.1 Misión
- 6.2 Visión
- 6.3 Análisis del entorno
- 6.4 Ventaja competitiva
- 6.5 Objetivos estratégicos
- 6.6 Objetivos SMART
- 6.7 Análisis FODA

## **7. Organización**

- 7.1 Tipos de organizaciones
- 7.2 Diseño organizacional
- 7.3 Comunicación
- 7.4 Delegación
- 7.5 Estructuras organizacionales · Jerárquica
- 7.6 Funcional
- 7.7 Matricial

## **8. Dirección**

- 8.1 Toma de decisiones
- 8.2 Concepto
- 8.3 Tipos de decisiones
- 8.4 Proceso de toma de decisiones

## **9. Liderazgo**

- 9.1 Concepto e importancia
- 9.2 Estilos de liderazgo
- 9.3 Liderazgo ético
- 9.4 Motivación y trabajo en equipo · Motivación laboral
- 9.5 Factores motivacionales · Trabajo en equipo

## **10. Control**

- 10.1 Indicadores de desempeño
- 10.2 Instrumentos de seguimiento

## **11. Administración actual**

- 11.1 Innovación
- 11.2 Sostenibilidad
- 11.3 Digitalización

## **Guía de Estudio – Mercadotecnia**

### **1. Introducción a la Mercadotecnia**

- 1.1 Concepto y Definición
- 1.2 Importancia y Evolución
- 1.3 Marketing Tradicional vs Digital

### **2. El mercado, clientes y consumidores**

- 2.1 Concepto de Mercado
- 2.2 Tipos de Mercado
- 2.3 Segmentación Básica
- 2.4 Perfil del cliente
- 2.5 Estructura de Mercados

### **3. Propuesta de Valor**

- 3.1 Clasificación de productos
- 3.2 Satisfacción del cliente
- 3.3 Propuesta de Valor, estrategia natural de mercadotecnia

### **4. Marketing Mix- Las 4P's**

- 3.4 Producto: Concepto, ciclo de vida
- 3.5 Precio: Estrategias Básicas
- 3.6 Plaza: Distribución y Canales
- 3.7 Promoción: Comunicación y Publicidad

### **5. Tendencias y Etica en Mercadotecnia**

- 5.1 Marketing digital y redes sociales (visión general)
- 5.2 Responsabilidad Social y Etica

### **6. Cierra y Aplicacion Práctica**

- 6.1 Mini Proyecto: Diseñar estrategia de marketing para un producto/servicio
- 6.2 Retroalimentacion y conclusion.

## **Guía de Estudio – Contabilidad**

### **1. Conceptos fundamentales de la contabilidad (Qué es, para qué sirve y quienes son los usuarios)**

- 1.1. Necesidades que satisface la contabilidad
- 1.2. Concepto y tipos de entidad
- 1.3. La contabilidad como un sistema de información
- 1.4. Características y objetivos de la información contable
- 1.5. Usuarios de la contabilidad
- 1.6. Definición de contabilidad
- 1.7. Tipos de contabilidad
- 1.8. Organismos y normas que regulan la contabilidad
- 1.9. Diferencia entre contaduría y contabilidad

### **2. Principios de la contabilidad financiera (postulados básicos y normas generales)**

#### **2.1 POSTULADOS BÁSICOS**

- 2.1.1. Sustancia Económica
- 2.1.2. Entidad Económica
- 2.1.3. Negocio En Marcha
- 2.1.4. Devengación Contable
- 2.1.5. Asociación De Costos Y Gastos Con Ingresos
- 2.1.6. Valuación
- 2.1.7. Dualidad Económica



2.1.8. Consistencia

## 2.2 NORMAS GENERALES

2.2.1. Presentación

2.2.2. Valuación

2.2.3. Revelación

## **3. Ecuación contable básica ( $A=P+C$ )**

3.1 Cuentas de activo

3.2 Cuentas de pasivo

3.3 Cuentas de capital contable

3.4 Cuentas de resultados

## **4. Catálogo de cuentas y registro básico (Naturaleza de las cuentas, libro diario y mayor)**

4.1 Catálogo de cuentas

4.2 Naturaleza de las cuentas

4.2.1. Cuentas de Naturaleza Deudoras

4.2.2. Cuentas de Naturaleza Acreedoras

4.3 Libro Diario

4.3.1. Asientos de Diario

4.4 Libro Mayor

4.4.1. Registro de la cuenta en una hoja de mayor

## **5. Ciclo contable (Registro, ajuste y cierre)**

## 5.1. Proceso del registro contable

### 5.1.1. Concepto

#### 5.1.1.1. Comprobantes que dan origen al registro contable

### 5.2.1. Diagrama de flujo de las operaciones contables

## 5.3. Teoría de la partida doble

## 5.4. La cuenta

## 5.5. Reglas de cargo y abono

## 5.6. Ajustes a fin de mes y ajuste de cierre

## **6. Estados financieros básicos (Balance General, Estado de resultados y la introducción al estado de cambios en el capital contable)**

### 6.1. Concepto

### 6.2. Clasificación

### 6.3. Estado de situación financiera o balance general

#### 6.3.1. Recursos y obligaciones

#### 6.3.2. Elementos y su clasificación

#### 6.3.3. Formas de presentarlo

### 6.4. Estado de resultados integral

#### 6.4.1. Concepto

#### 6.4.2. Elementos y su clasificación

#### 6.4.3. Interrelación entre el balance general y el estado de resultados integral

## **7. La contabilidad en la toma de decisiones (ejemplos)**

## 7.1 Principales indicadores financieros

### 7.1.1 Concepto de liquidez

### 7.1.2 Concepto de solvencia

### 7.1.3 Concepto de rentabilidad

### 7.1.4 Concepto de endeudamiento

### 7.1.5 Concepto de productividad

## Guía de Estudio – Metodología de la Investigación

### 1. Importancia de citar

1.2 Manuales de estilo

1.3 Diferencia entre Citas, Referencias y Bibliografía

1.4 APA

1.4.1. Estructura

1.4.2. Tablas y figuras

1.4.3 Cita y referencias

### 2. Clasificación de la investigación

2.1 Enfoque (cuantitativo, cualitativo y mixto)

2.2 Método (deductivo, inductivo, sintético y analítico)

2.3 Alcance (exploratorio, descriptivo, correlacional, causal y experimental)

### 3. Variables

3.1 Definición de variable

3.2 Tipos de variables (discretas y continuas), (dicotómicas y politómicas),  
(dependiente, independiente e interviniente)

3.3 Niveles de medición de las variables (nominal, ordinal, intervalo y razón)

3.4 Dimensiones e indicadores.

3.5 Operacionalización de variables

### 4. Hipótesis

4.1 Hipótesis de investigación

4.2 Tipos de hipótesis (descriptivas, correlacionales, diferencia de grupos y  
multivariadas)

### 5. Objetivo y pregunta de investigación

5.1 Redacción de un objetivo

5.2 Objetivo general y específicos

5.3 Taxonomía de bloom

5.4 Del objetivo a la hipótesis

5.5 Matriz de congruencia

6. Población y muestra

6.1 Cálculo del tamaño de la muestra

6.2 Tipos de muestreo