

Licenciatura en Administración de Empresas **Perfil del Egresado**

El egresado como Licenciado en Administración de Empresas es un profesional formado durante ocho semestres para:

- Utilizar estrategias de forma autónoma para incorporar e incrementar conocimientos, habilidades y destrezas en el contexto de los avances científicos y culturales requeridos para un ejercicio profesional globalmente competitivo.
- Reconocer, apreciar y cultivar de manera reflexiva, ética, responsable y comprometida, su relación con otras personas y con el medio ambiente físico y sociocultural, local y global, para contribuir al bienestar colectivo
- Interactuar con otros en situaciones diversas y complejas para alcanzar objetivos comunes, en un entorno donde el equilibrio de los roles: colaborador o líder y la fluidez comunicativa procuran resultados beneficiosos para todos.
- Actuar e integrarse a los escenarios globales mediante el dominio de otros idiomas y de las tecnologías de la información y comunicación, esenciales para su interacción en el escenario global.
- Tomar decisiones sobre las operaciones financieras del negocio que generan valor para los grupos de interés de la organización.
- Identificar oportunidades de negocio, desarrollar propuestas de valor diferencial y formular y ejecutar proyectos sustentables.
- Analizar operaciones y resultados económicos para la toma de decisiones.
- Conocer las áreas y procesos de la gestión del talento humano en las organizaciones, obteniendo a su vez comprensión de los distintos enfoques y modelos implementados.
- Analizar el conjunto de factores relacionados con la dinámica de las organizaciones para promover procesos de transformación orientados a la mejora del desempeño organizacional, desarrollando acciones para facilitar las relaciones entre los actores del proceso.
- Tomar decisiones sobre las operaciones financieras del negocio que generan valor para los grupos de interés de la organización.
- Identificar, determinar y analizar estratégicamente las obligaciones tributarias internacionales, nacionales y regionales, que corresponden a las personas naturales, jurídicas y gubernamentales.
- Formular, ejecutar, controlar y evaluar planes de marketing a productos y servicios así como a organizaciones que requieran generar valor y fidelidad entre sus clientes y consumidores.
- Aplicar los modelos de planificación en el establecimiento de acciones proactivas que permitan la adaptación de la organización a su entorno y garanticen el logro de su visión y objetivos.
- Diseñar y evaluar la estructura operativa y organizacional más adecuada a la naturaleza del negocio y al volumen de operaciones en el marco del cumplimiento del sistema de gestión de la calidad.