

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

LADM-2010-234

Perfil de Egreso

1. Integrar los procesos gerenciales, de administración, de innovación y las estrategias de dirección para la competitividad y productividad de las organizaciones.
2. Aplicar los conocimientos modernos de la gestión de negocios a las fases del proceso administrativo para la optimización de recursos y el manejo de los cambios organizacionales.
3. Desarrollar las habilidades directivas y de vinculación basadas en la ética y la responsabilidad social, que le permitan integrar y coordinar equipos interdisciplinarios, para favorecer el crecimiento de la organización y su entorno global.
4. Crear y desarrollar proyectos sustentables aplicando herramientas administrativas y métodos de investigación de vanguardia, con un enfoque estratégico, multicultural y humanista.
5. Conducir la organización hacia la consecución de sus objetivos mediante un esfuerzo coordinado y espíritu emprendedor.
6. Crear organizaciones que contribuyan a la transformación económica y social, identificando las oportunidades de negocios en un contexto global.
7. Conocer y aplicar el marco legal vigente nacional e internacional de las organizaciones.
8. Analizar e interpretar información financiera y económica para la toma de decisiones en las organizaciones.
9. Ser un agente de cambio con la habilidad de potenciar el capital humano para la solución de los problemas y la toma de decisiones que las organizaciones afrontan.
10. Implementar y administrar sistemas de gestión de calidad para orientarlos a la mejora continua, con la finalidad de lograr la productividad de la organización, desarrollando una cultura de calidad total.
11. Aplicar las tecnologías de la información y comunicación para optimizar el trabajo y desarrollo de la organización.

12. Actualizar conocimientos permanentemente para responder a los cambios globales.
13. Diseñar sistemas de organización considerando alternativas estratégicas que generen cadenas productivas en beneficio de la sociedad.
14. Tener visión multidisciplinaria para generar propuestas y desarrollar acciones de manera inmediata ante escenarios de contingencia.
15. Diseñar estrategias de mercadotecnia para las organizaciones mediante decisiones basadas en el análisis de la información interna y del entorno global que aseguren el éxito de la comercialización de productos y servicios.