

Competencias del Perfil de Egreso (<i>Learning Outcomes</i>)		% Alumnos que cumplieron o superaron la expectativa de desempeño								
		2019-1			2019-2			Anual 2019		
		Participaron	Superaron	%	Participaron	Superaron	%	Participaron	Superaron	%
CPI	1. Diseñar, implantar y presentar información financiera útil, confiable y oportuna que permitan la toma de decisiones.	62	20	32%	187	116	62%	249	136	55%
	2. Diseñar e implantar sistemas contables de acuerdo con las necesidades de la empresa y dentro del entorno global en que se desempeña.	60	42	70%	162	106	65%	222	148	67%
	3. Aplicará los protocolos en inversiones en la Bolsa Mexicana de Valores y en el mercado de las finanzas Internacionales.	12	13	108%	38	22	58%	50	35	70%
	4. Establecer procedimientos de revisión y control de las operaciones y los resultados económicos de la empresa.	41	34	83%	44	18	41%	85	52	61%
	5. Analizar, interpretar y utilizar leyes y reglamentaciones fiscales del ámbito nacional e internacional.	54	29	54%	121	55	45%	175	84	48%
	6. Manejar eficientemente el presupuesto y las finanzas de la empresa.	56	56	100%	90	66	73%	146	122	84%
	7. Dominar las herramientas contables y asesorar a la alta gerencia en materia contable, fiscal y financiera.	69	46	67%	0	0	0%	69	46	67%
	8. Desarrollar una visión que le permita actuar en el ámbito nacional e internacional como experto en la generación y uso de la información financiera.	20	17	85%	51	24	47%	71	41	58%
LAE	1. El egresado desarrollará modelos de negocio, que dan origen a la elaboración de Planes de Negocio que sustenten la creación de nuevas empresas en sectores de alto valor agregado y bajo una visión de sustentabilidad dentro de un marco ético y de compromiso social.	261	247	95%	60	10	17%	321	257	80%
	2. El egresado diseñará estrategias para capitalizar las oportunidades de negocio tomando en cuenta el entorno, así como las dinámicas del sector para una toma de decisiones efectiva.	77	65	84%	34	25	74%	111	90	81%
	3. Al término del programa académico, el alumno será capaz de proponer soluciones integrales para la optimización de los recursos de la compañía y sus procesos, en problemas previamente identificados.	116	116	100%	143	112	78%	259	228	88%
LAM	1. Al término del programa académico, el alumno será capaz de analizar información cuantitativa de las diferentes variables que integran las disciplinas de mercadotecnia para la toma de decisiones.	62	53	85%	251	251	100%	313	304	97%
	2. Al término del programa académico, el alumno será capaz de comunicar y negociar las estrategias integradas por las organizaciones, de forma efectiva.	0	0	0%	67	62	93%	67	62	93%
	3. Al término del programa académico, el alumno será capaz de desarrollar estrategias dentro de un plan de mercadotecnia, desde su conceptualización hasta la medición de resultados.	0	0	0%	17	15	88%	17	15	88%
	4. Al término del programa académico, el alumno será capaz de optimizar la comercialización de productos o servicios elaborando, implementando y administrando procesos y técnicas con tecnología de punta dando valor diferenciador.	21	21	100%	62	54	87%	83	75	90%
LDG	1. DISEÑO: el estudiante diseñará proyectos de acuerdo a los principios del diseño, con creatividad, logrando objetivos de comunicación y persuasión, funcionales y éticos con compromiso social.	3	2	67%	15	15	100%	18	17	94%
	2. PROYECTO, PLANEACIÓN: el estudiante planeará proyectos aplicando la metodología adecuada, considerando costos y aspectos legales, producción, tiempos de entrega, implementación y evaluación.	3	0	0%	7	7	100%	10	7	70%
	3. EMPRESA VISUAL, GESTIÓN: el estudiante aplicará de forma profesional y sustentable herramientas de gestión de empresas de comunicación considerando los aspectos económicos, oficiales, sociales y valorales.	3	2	67%	7	7	100%	10	9	90%
LINI	1. El egresado será capaz de analizar datos que permitan la toma de decisiones asertiva a cualquier nivel organizacional en la empresa.	0	0	0%	15	15	100%	15	15	100%
	2. El egresado desarrollará inteligencia organizacional para optimizar las áreas funcionales de la empresa de tal forma que se vuelva más eficiente el desempeño de la empresa.	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
	3. El egresado presentará información que considere una visión integral de la empresa con el propósito de identificar áreas de mejora que deriven en una mayor competitividad.	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
	4. El egresado analizará el entorno de negocios con la finalidad de detectar oportunidades de negocios que permita expandir el mercado de la empresa.	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
	5. El egresado determinará las necesidades tecnológicas de la empresa de infraestructura, equipamiento, sistemas y software.	13	0	0%	0	0	0%	13	0	0%
	6. El egresado será capaz de evaluar y desarrollar soluciones tecnológicas como parte de la oferta de productos y servicios de la empresa o de su operación interna.	0	0	0%	23	23	100%	23	23	100%
	7. El egresado desarrollará modelos de negocio bajo una visión de sustentabilidad dentro de un marco ético y de compromiso social.	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%

	Competencias del Perfil de Egreso (<i>Learning Outcomes</i>)	% Alumnos que cumplieron o superaron la expectativa de desempeño								
		2019-1			2019-2			Anual 2019		
		Participaron	Superaron	%	Participaron	Superaron	%	Participaron	Superaron	%
LNI	1. Realizará un plan de negocios para empresas con operaciones de comercio internacional.	0	0	0%	58	30	52%	58	30	52%
	2. Identificará las diferencias socioculturales, económicas, políticas y legales de los principales socios comerciales de México.	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
	3. Formulará estrategias de negocios internacionales, basándose en información de mercado y análisis del entorno.	0	0	0%	51	45	88%	51	45	88%
	4. Desarrollará negociaciones en contextos empresariales multiculturales respetando la diversidad.	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
	5. Aplicará el comercio internacional para empresas con oportunidades de negocios internacionales.	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
	6. Diferenciará las instituciones y programas de ayuda nivel internacional para el desarrollo de proyectos y la solución de conflictos fuera de jurisdicción.	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
	7. Desarrollará un plan logístico internacional considerando aspectos técnicos y aduaneros.	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
LDCM	1. Dirige el área de comercial de una empresa mediante conocimientos, habilidades y administración de los recursos	0	0	0%	66	50	76%	66	50	76%
	2. Localiza clientes potenciales con herramientas de información de vanguardia para establecer una base de clientes leales.	0	0	0%	12	12	100%	12	12	100%
	3. Impulsa con éxito las ventas en mercados altamente competitivos a través del uso de herramientas promocionales para el	0	0	0%	22	11	50%	22	11	50%
	4. Gestiona el capital humano a través de habilidades de liderazgo y organización, para el logro de las metas de la empresa u	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
	5. Implementa estrategias comerciales mediante análisis a profundidad del ambiente interno y externo, con el fin de motivar el	0	0	0%	34	23	68%	34	23	68%
	6. Maneja relaciones con proveedores, empleados, clientes, consumidores, accionistas y medios para así generar una imagen en	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
	7. Elaborar pronósticos de ventas alcanzables, que permitan a la organización tener un flujo continuo de efectivo, mediante la	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
	8. Dirige planes de ventas que le den a la organización oportunidad de identificar nuevos territorios y propiciar nichos de mercado altamente rentable que puedan ser atendidos con la calidad y el servicio que la sociedad requiere.	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
LDN	1. Propone Planes de Negocio mediante conocimientos y habilidades de planeación financiera y de diseño de estrategias con la finalidad de detectar necesidades y sustentar la creación de nuevas empresas en sectores de alto valor agregado locales,	0	0	0%	110	98	89%	110	98	89%
	2. Propone soluciones integrales mediante sus conocimientos y habilidades de planeación estratégica para la optimización de	0	0	0%	77	65	84%	77	65	84%
	3. Propone políticas mediante el uso de sus habilidades de administración del recurso humano para identificar y atender las	0	0	0%	22	22	100%	22	22	100%
	4. Adopta tecnologías de la información mediante sus conocimientos y habilidades de dirección, administrativas, de comunicación y tecnológicas creando un sistema de información confiable y actualizada para el logro del desempeño	0	0	0%	47	33	70%	47	33	70%
	5. Analiza la información financiera a partir de los reportes e informes contables de la empresa proponiendo estrategias de reducción de costos mediante sus habilidades y Conocimientos de control presupuestal a fin de optimizar los recursos	0	0	0%	62	63	102%	62	63	102%
	6. Maneja relaciones con proveedores, empleados, clientes, consumidores, accionistas, entre otros, mediante sus habilidades de liderazgo, estrategias de dirección, desarrollo organizacional y de recursos humanos para así generar una imagen positiva	0	0	0%	39	27	69%	39	27	69%
	7. Gestiona el uso de estrategias de mercadotecnia y comercialización a partir de la detección de necesidades como parte de sus estrategias de dirección que le permitan asegurar el posicionamiento de la empresa y mantener su rentabilidad y	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
MBA	Aplicar el pensamiento crítico para el diagnóstico de problemas y la toma de decisiones estratégicas en la administración de las organizaciones	0	0	0%	48	46	96%	48	46	96%
	Crear modelos de negocio innovadores, que se apeguen a los principios de responsabilidad social empresarial	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
	Emplear el método científico con base en el estado del arte de la administración estratégica en la solución de problemas relacionados con su área de concentración	0	0	0%	99	99	100%	99	99	100%

	2019-1			2019-2			Anual 2019		
	Participaron	Superaron	%	Participaron	Superaron	%	Participaron	Superaron	%
Profesional	933	763	82%	1994	1482	74%	2927	2245	77%
Posgrado	0	0	0%	147	145	0%	147	145	99%