El egresado de la Licenciatura en Administración de Negocios Internacionales será competente para:

* Aplicar el proceso administrativo mediante la gestión, administración de las herramientas y recursos de la entidad para fomentar la productividad, competitividad de las organizaciones a nivel internacional con una visión emprendedora y de conciencia ecológica.
* Proponer estrategias para incrementar la competitividad leal de la empresa a partir de la detección de oportunidades.
* Apoyar y satisfacer las necesidades de los mercados internacionales en aspectos administrativos, financieros, jurídicos, de gestión y operación de negocios y aduanas, de acuerdo al entorno económico mundial con una actitud de servicio y responsabilidad social.
* Establecer el objetivo, las técnicas y límites de la negociación con responsabilidad a partir del análisis de los elementos económicos, culturales, políticos y legales del contexto en donde se llevará a cabo la negociación.
* Realizar negocios nacionales e internacionales aplicando el marco regulatorio jurídico de los mismos en materia comercial, a nivel nacional e internacional estableciendo un compromiso de identidad, con una actitud negociadora, de cortesía y diplomacia.
* Gestionar y optimizar los recursos financieros, materiales, técnicos y humanos de las empresas nacionales e internacionales para asegurar la operatividad de los negocios con responsabilidad en el manejo de la información, respeto, ética profesional y visión empresarial.
* Analizar la estructura económica nacional e internacional así como los bloques económicos identificando las oportunidades de negocio para asegurar la permanencia de la empresa en los diferentes mercados con una actitud crítica e innovadora y una visión empresarial.
* Realizar investigaciones de mercados para identificar los nichos de oportunidad de la empresa en el mercado internacional, haciendo un adecuado uso de la información obtenida, con una visión global y emprendedora.
* Definir los objetivos y metas mercadológicas para el diseño de un plan de mercadotecnia internacional para responder a las necesidades sociales.
* Diseñar las estrategias de comercialización apropiadas a la empresa, siguiendo la normatividad establecida para obtener los mejores beneficios.
* Aplicar un plan estratégico para la expansión de la empresa, evaluando mercados locales, regionales e internacionales a través de la elaboración de planes de mercadotecnia realizando investigaciones de mercado, cotizaciones y planes de logística internacional con una visión global, emprendedora e innovadora.
* Utilizar las herramientas de la informática para el apoyo de toma de decisiones mediante el análisis, manejo y presentación de la información con una actitud crítica e innovadora.
* Llevar a cabo procesos aduaneros con apego a la normatividad establecida para la entrada y salida de mercancía al país.