

Licenciatura en Mercadeo y Publicidad

Resolución: CTF-24-2014, del 28 de abril de 2014

Perfil del Egresado

En el saber:

- Conocer los principios fundamentales de las áreas de formación empresarial, de Mercadeo y Publicidad y las complementarias como la financiera, contable y de ciencias básicas y sociales aplicables a la gestión comercial.
- Dominar las actividades específicas para el manejo estratégico del mercadeo y la publicidad de la empresa.
- Predecir la conducta de compra de los consumidores, identificando sus hábitos y sus motivos.
- Conocer las teorías que le permitan comunicar, explicar y convencer efectivamente productos o servicios
- Determinar las estrategias que mejor funcionen para introducir y mantener productos en el mercado y lograr el posicionamiento deseado por la empresa.
- Pronosticar la demanda de un producto en un mercado determinado.

En el hacer:

- Manejar sistemas de información aplicados para la toma de decisiones organizacionales, comerciales, de imagen y Relaciones Públicas de la empresa en el campo del mercadeo y la publicidad.
- Realizar asesoría para proyectos de planes de mercadeo, de planificación e investigación de mercados, de relaciones públicas, posicionamiento de productos y planificación de medios.
- Generar e innovar estrategias que favorecen la rentabilidad y competitividad de las organizaciones poniendo en práctica Planes de Mercadeo y monitorear sus resultados.
- Administrar organizaciones desde los diferentes niveles jerárquicos en el área de Mercadeo y Publicidad.
- Identificar, diagnosticar, diseñar y aplicar estrategias administrativas y de mercadeo y publicidad pertinentes que logren el mejoramiento en la toma de decisiones.

En el ser:

- Conservar una actitud ética en el ejercicio profesional fundamentada en valores humanos, sociales, culturales y democráticos.
- Demostrar honestidad e integridad en todas sus interacciones y actividades con respecto al desarrollo, al desempeño de su trabajo, sus relaciones con otros profesionales, competidores y con los clientes.
- Mostrar una actitud de compromiso y responsabilidad con los clientes y con la empresa.
- Desarrollar empatía, preocupación, compromiso y sensibilidad ante las problemáticas de la sociedad.
- Tener una visión propositiva, clara, amplia y consciente de la realidad nacional.

Requisitos de Egreso

- Culminar sus estudios con un índice acumulativo de 1.00.
- Obtener una nota mínima por asignatura y un promedio acumulativo de 71 puntos.
- Optar por una de las siguientes alternativas como trabajo final:
 - Realizar una práctica profesional en Empresa Reconocida en el área de su especialidad por un periodo de 320 horas. Al concluir, deberá presentar por escrito y sustentar ante jurado, el Informe de Práctica que contenga una propuesta a la empresa en la cual realizó la práctica, para la mejora de algún proceso o actividad.
 - Elaborar una Tesina sobre algún tema de interés del estudiante, previamente aprobado por el docente asesor y las autoridades de la Facultad de Ciencias Empresariales.
 - Cursar dos materias del ciclo de Especialización del MBA.
- Presentar y aprobar examen que demuestre dominio del idioma inglés, medido por la prueba Cambridge.
- Realizar 150 horas de Trabajo Social Comunitario según lo establecido en el reglamento.
- Haber cursado y aprobado, de acuerdo con los estándares establecidos por la Universidad, la totalidad de las materias que conforman el plan de estudios, con un mínimo del 50% de ellas cursadas en UIP.
- Estar al día con sus obligaciones académicas y financieras ante la Universidad.
- Presentar todos los documentos requeridos por el Departamento de Registro y cancelar los derechos de graduación, dentro del plazo establecido por la Universidad.



Requisitos de Ingreso

- Formulario de Admisión con todos los datos completos.
- Original y copia fotostática del diploma de la escuela secundaria, debidamente registrado.
- Original y copia de los créditos de los estudios de segundo ciclo (IV A VI año) y universitarios realizados (si corresponde). (los créditos obtenidos en el extranjero, deberán presentarse apostillados).
- Una fotografía tamaño carné.
- Una copia de la cédula de identidad personal (cdertificado de nacimiento si el aspirante es menor de edad o pasaporte en el caso de ser extranjero).
- Certificado de buena salud.

Requisitos de Permanencia

- Mantener un índice acumulativo de 1.00.
- Obtener una nota mínima por asignatura y acumulativa de 71 puntos.
- Asistir regularmente a clases y puede ausentarse un máximo de cuatro veces (25%). Si excede el máximo de inasistencia permitido, el estudiante no tendrá derecho a nota y el docente deberá calificarle con NSP (No Se Presentó).



Universidad
Interamericana de Panamá

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES®



uippanama



www.uip.edu.pa



info@uip.edu.pa

Licenciatura en Mercadeo y Publicidad

Resolución: CTF-24-2014, del 28 de abril de 2014



Plan de Estudio

1er Cuatrimestre	HT	HP	TH	TC
20-101 Administración General	3	0	3	3
23-101 Contabilidad Básica I	3	0	3	3
01-101 Inglés I	3	0	3	3
21-101 Matemática General	2	2	4	3
02-102 Pensamiento Crítico	3	0	3	3

2do Cuatrimestre	HT	HP	TH	TC	Requisitos
23-201 Contabilidad Intermedia I	3	0	3	3	23-101
02-101 Español	3	0	3	3	
01-201 Inglés II	3	0	3	3	01-101
27-103 Introducción a la Publicidad	2	2	4	3	
26-101 Comportamiento Organizacional	3	0	3	3	

3er Cuatrimestre	HT	HP	TH	TC	Requisitos
02-110 Historia de Panamá	3	0	3	3	
23-301 Contabilidad de Costos	3	0	3	3	23-201
21-103 Estadística Descriptiva	3	0	3	3	
01-301 Inglés III	3	0	3	3	01-201
02-105 Ecología	3	0	3	3	

4to Cuatrimestre	HT	HP	TH	TC	Requisitos
27-403 Mercadeo I (Introducción al Mercadeo)	3	0	3	3	
01-401 Inglés IV	3	0	3	3	01-301
21-202 Estadística Inferencial	3	0	3	3	21-103
21-201 Matemática Financiera	3	0	3	3	
27-303 Fotografía	2	2	4	3	27-103

5to Cuatrimestre	HT	HP	TH	TC	Requisitos
27-501 Mercadeo II (Mercadeo Avanzado)	2	2	4	3	27-403
24-401 Administración Financiera I	3	0	3	3	21-206
22-101 Elementos de Microeconomía	3	0	3	3	
26-102 Administración de Recursos Humanos	3	0	3	3	
02-111 Geografía de Panamá					

6to Cuatrimestre	HT	HP	TH	TC	Requisitos
27-208 Publicidad y Medios	2	2	4	3	27-103
22-102 Elementos de Macroeconomía	3	0	3	3	22-101
08-402 Investigación de Mercados I	2	2	4	3	27-403
24-501 Administración Financiera II	3	0	3	3	24-401
27-601 Diseño Gráfico Publicitario	2	2	4	3	27-103

7mo Cuatrimestre	HT	HP	TH	TC	Requisitos
27-104 Técnicas Creativas	2	2	4	3	27-103
08-502 Investigación de Mercados II	2	2	4	3	08-402
27-204 Mercadeo de Servicios	2	2	4	3	27-403
27-209 Comportamiento del Consumidor	3	0	3	3	27-403
27-306 Lenguaje del Cine y la Televisión	2	2	4	3	27-303

8vo Cuatrimestre	HT	HP	TH	TC	Requisitos
27-206 Técnicas de Producción Publicitaria	2	2	4	3	27-103
02-203 Ética Profesional	3	0	3	3	
27-213 Relaciones Públicas	2	2	4	3	27-103
27-105 Administración de Ventas	2	2	4	3	27-403
27-218 Mercadeo Directo	2	2	4	3	27-403

9no Cuatrimestre	HT	HP	TH	TC	Requisitos
31-306 Gestión de la Calidad	2	2	4	3	
27-207 Diseño, Desarrollo y Mercadeo de Nuevos Productos	3	0	3	3	27-403
27-304 Producción para Televisión	2	2	4	3	27-206
02-103 Metodología de la Investigación	2	2	4	3	
20-702 Emprenderdurismo	2	2	4	3	20-101/24-401

10mo Cuatrimestre	HT	HP	TH	TC	Requisitos
27-302 Mercadeo Electrónico	2	2	4	3	02-103
02-104 Investigación Dirigida	2	2	4	3	02-103
27-205 Promoción de Ventas y Merchandising	2	2	4	3	27-105
24-601 Evaluación de Proyectos	2	2	4	3	20-702

11vo Cuatrimestre	HT	HP	TH	TC	Requisitos
20-105 Desarrollo e Implantación de Empresas	2	4	6	4	24-601
27-202 Mercadeo Internacional	3	0	3	3	27-403
03-120 Práctica Profesional (Mercadeo y Publicidad)	2	4	6	4	02-104

HT: Horas Teóricas HP: Horas Prácticas TH: Total de Horas TC: Total de Créditos
*Solo se impartirá si tiene un mínimo de 15 estudiantes matriculados.

Horarios
Diurno y Nocturno

Duración
3 años y 8 Meses

Modalidad
Presencial

Sede
Campus UIP



Universidad
Interamericana de Panamá
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Contáctenos:

Campus UIP

El Carmen

La Chorrera

323-6677

831-6600

254-2686



uippanama

info@uip.edu.pa

www.uip.edu.pa