

PERFIL DEL ASPIRANTE ¡ALGUIEN COMO TÚ!

El aspirante a la Licenciatura en Mercadeo y Publicidad es un apasionado por comunicar ideas. Suele convencer a los demás, aunque no lo haga por medio de argumentos elaborados. Apela a los sentimientos y al impulso del momento, sabe reconocer cuando una idea es buena y elabora sobre las fortalezas y beneficios de las cosas y las personas. Entiende el mundo digital y reconoce su potencial.

REQUISITOS DE INGRESO

Para ingresar a la carrera se requiere del cumplimiento de los siguientes requisitos de admisión:

- Presentar original y copia del diploma de terminación de estudios secundarios, premedia y media.
- Presentar original y copia de los créditos de estudios secundarios.
- Si el estudiante ha realizado estudios universitarios, presentará lo exigido en los puntos anteriores, además del original y una copia de los créditos universitarios que obtuvo en otras universidades reconocidas por la Ley y la propia Universidad del Istmo para realizar las convalidaciones respectivas.
- Presentar el original y copia de la cédula.
- Presentar dos fotografías tamaño carné.

Los estudiantes nacionales o extranjeros con estudios fuera del país deberán:

- Presentar original y copia del pasaporte.
- Presentar dos fotografías tamaño carné.

· Presentar los diplomas y créditos con la certificación oficial de la cancelería o consulado panameño correspondiente, o el apostille de La Haya, tanto para estudios secundarios como créditos universitarios para convalidar traducidos al castellano por perito cuando corresponda, adjuntando el plan de estudios cursado y la descripción de los contenidos de las materias con el sello de la Universidad de procedencia.

REQUISITOS DE GRADUACIÓN

Los requisitos de graduación son los siguientes:

- Haber aprobado todas las asignaturas del programa de licenciatura con una calificación mínima de 71.
- Haber obtenido como puntaje final 71 como mínimo o un índice mínimo de 1.0.
- Realizar un trabajo de graduación, el cual debe ser la elaboración de una tesis de grado o cursar materias de postgrado, de acuerdo a lo aprobado y vigente por Consejo Académico.
- Estar a paz y salvo financiero y con otros servicios que le presta la Universidad.
- Aprobar la plataforma y el examen de egreso del idioma inglés aplicado por la Universidad del Istmo.
- Realizar la compleción de 100 horas de trabajo voluntario.

REQUISITOS DE PERMANENCIA

Para poder permanecer dentro de las carreras, el estudiante debe mantener un puntaje mínimo de 71 puntos o un índice acumulativo de 1.0. La escala de calificación por asignatura es de 1 a 100, en donde la nota mínima aprobatoria es de 71.

Inicio de Clases: _____

Inversión por matrícula: _____

Inversión por cada materia: _____

Cantidad de materias: _____

Servicios adicionales: _____

Pago total: _____

CONVIÉRTETE EN UN EXPERTO
EN MARKETING DIGITAL Y
CANALES ALTERNATIVOS

Licenciatura en Mercadeo y Publicidad



Del Istmo



Modalidad:

PRESENCIAL
VIRTUAL

11 cuatrimestres
CTDA-031-2019 (08/MAR/2019)

OBJETIVO GENERAL

Formar profesionales capaces de diseñar, planificar y/o implementar estrategias y acciones de mercadeo y publicidad en una empresa, agencia de mercadeo o publicidad o de forma independiente, a través del estudio y análisis de los públicos y consumidores hacia los cuales se dirigen y los productos y servicios, así como el diseño de estrategias de comunicación de mercadotecnia y publicidad, tomando como base los procesos de investigación de consumo, de tendencias y del uso las herramientas digitales disponibles.

PLAN DE ESTUDIO

I CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
MER 1591	Derecho del Mercadeo y la Publicidad	32	32	64	3	NT
GEN 0189	Español	16	32	48	2	NT
MER 1592	Fotografía Digital	32	32	64	3	NT
MER 1593	Introducción al Mercadeo y Publicidad	32	32	64	3	NT
MAT 0021	Matemática I	32	32	64	3	NT
GEN 1389	Planeación y Manejo de tiempo	16	0	16	1	NT
Total Créditos Cuatrimestre		160	160	320	15	

II CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
MER 1594	Diseño Publicitario I	32	32	64	3	MER 1593
GEN 1473	Informática	16	0	16	1	NT
ING 1466	Inglés I	48	32	80	4	NT
MAT 0023	Matemática Financiera	32	32	64	3	MAT 0021
MER 1595	Psicología de la Comunicación Publicitaria	32	32	64	3	MER 1594
MER 1596	Taller de Redacción	32	32	64	3	NT
Total Créditos Cuatrimestre		192	160	352	17	

III CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
CON 1597	Contabilidad Gerencial	32	32	64	3	NT
MER 1598	Dirección Creativa	32	32	64	3	MER 1595
MER 1599	Diseño Publicitario II	32	32	64	3	MER 1594
ING 1467	Inglés II	48	32	80	4	ING 1466
GEN 1382	Introducción al Conocimiento Científico	16	32	48	2	NT
MER 0047	Relaciones Públicas	32	32	64	3	MER 1594
Total Créditos Cuatrimestre		192	192	384	18	

IV CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
MER 1600	Comportamiento del Consumidor	32	32	64	3	MER 1593
GEN 1065	Geografía de Panamá	16	32	48	2	NT
MER 1601	Gestión de la Comunicación Integral	32	32	64	3	MER 1593
ING 1468	Inglés III	48	32	80	4	ING 1467
MER 1602	Marketing y Promoción de Ventas	32	32	64	3	MER 1593
ECO 1317	Microeconomía	32	32	64	3	NT
Total Créditos Cuatrimestre		192	192	384	18	

V CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
MER 1603	Gestión de Presupuestos	16	32	48	2	CON 1597
MER 1604	Gestión de Ventas Mayoristas y Minoristas	32	32	64	3	MER 1602
EST 0151	Estadística I	32	32	64	3	NT
GEN 0291	Historia de Panamá	16	32	48	2	NT
ING 1469	Inglés IV	48	32	80	4	ING 1468
MER 0142	Investigación de Mercados I	32	32	64	3	MER 1593
Total Créditos Cuatrimestre		176	192	368	17	

VI CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
GEN 1430	Algoritmia y Programación	16	0	16	1	MAT 0021
ADM 1605	Comercio Internacional	32	32	64	3	NT
MER 1606	Gestión de Relaciones con Agencia de Medios	32	32	64	3	MER 1601
GEN 1428	Historia de las Relaciones entre Panamá y Estados Unidos de América	16	32	48	2	NT
ING 1470	Inglés V	48	32	80	4	ING 1469
MER 1607	Storytelling Aplicado al Mercadeo y Publicidad	32	32	64	3	MER 1593
Total Créditos Cuatrimestre		176	160	336	16	

VII CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
MER 1608	Administración de las Relaciones con los Clientes	32	32	64	3	MER 1601
MER 1609	Desarrollo de Nuevos Productos	32	32	64	3	MER 0142
GEN 1393	Ética Profesional	16	0	16	1	NT
MER 1610	Gestión de la Estrategia Mercadológica	32	32	64	3	MER 1593
ING 1471	Inglés VI	48	32	80	4	ING 1470
MER 1611	Marketing Digital y Redes Sociales	32	32	64	3	MER 1607
Total Créditos Cuatrimestre		192	160	352	17	

VIII CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
GEN 1411	Intraemprendimiento	16	0	16	1	NT
MER 1612	Marketing de Contenidos	32	32	64	3	MER 1611
MER 1613	Mercadeo Directo	32	32	64	3	MER 1610
MER 1081	Mercadeo de Servicios	32	32	64	3	MER 1610
GEN 1384	Metodología de la Investigación	16	0	16	1	GEN 1382
MER 1614	Producción Publicitaria en Medios Tradicionales	32	32	64	3	MER 1610
Total Créditos Cuatrimestre		160	128	288	14	

IX CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
MER 1615	Aseguramiento de la Calidad en Procesos de Marketing	32	32	64	3	MER 1610
GEN 1309	Educación Ambiental	16	32	48	2	NT
MER 1616	Gerencia Comercial Estratégica	32	32	64	3	MER 1610
MER 1617	Gerencia de Precios	32	32	64	3	MER 1610
GEN 1363	Identidad de la Sociedad Panameña	16	0	16	1	NT
MER 1618	Producción Publicitaria en Medios Digitales	32	32	64	3	MER 1614
Total Créditos Cuatrimestre		160	160	320	15	

X CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
GEN 1453	Práctica Profesional	16	480	496	16	MER 1615
GEN 1359	Prevención y Promoción de la Salud	0	32	32	1	NT
Total Créditos Cuatrimestre		16	512	528	17	

XI CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
GEN 1385	Formación Ciudadana y Responsabilidad Social	16	0	16	1	NT
GEN 1431	Gestión Tecnológica e Innovación	16	0	16	1	NT
GEN 0336	Trabajo de Graduación	32	32	64	3	GEN 1453
Total Créditos Cuatrimestre		64	32	96	5	

▲ Total de horas teóricas: 1680 Total de horas prácticas: 2048
 Total de horas: 3728 Total de créditos: 169 ▶

▼ PERFIL DE EGRESADO

El perfil del egresado de la Licenciatura en Mercadeo y Publicidad alcanzará los siguientes saberes según las tres dimensiones de formación:

CONOCIMIENTOS

- Maneja los fundamentos del marketing y de la publicidad.
- Describe las principales teorías y enfoques contemporáneos del mercadeo y la publicidad.
- Conoce los procesos y los canales por medio de los cuales se llevan a cabo las acciones de comunicación publicitaria.
- Interpreta los elementos de los enfoques metodológicos cualitativos, cuantitativos y mixtos para su aplicación en el desarrollo de acciones de mercadeo y publicidad.
- Conoce las diversas particularidades, usos y aplicaciones de los medios digitales durante el diseño de acciones de mercadeo y publicidad.
- Analizar las diversas acciones y estrategias de mercadeo y publicidad que pueden emplearse dependiente del medio de comunicación que se vaya a emplear.
- Conocer las características de los medios de comunicación tradicionales y los medios de comunicación digitales.

HABILIDADES Y DESTREZAS

- Interactúa con diversos tipos de audiencias de manera consciente, responsable y ética, haciendo uso del código oral, escrito o visual, con el apoyo de las nuevas tecnologías y aplicando los principios teóricos de la comunicación y la publicidad.
- Elabora acciones de mercadeo y publicidad en variados formatos para que sean difundidos en diferentes medios de comunicación y plataformas tecnológicas, empleando los valores y los criterios éticos de la profesión.
- Propone, planifica y realiza diversos productos de marketing y publicidad para diversos canales de comunicación como agencias de publicidad, televisión, radio o medios digitales.
- Concibe, diseña e implementa diversos planes de mercadeo y/o publicidad para que sean implementados por parte de las empresas, coherentes con sus objetivos, y ajustados al ordenamiento jurídico, los criterios de sustentabilidad y de responsabilidad social.
- Elabora contenidos en los diferentes lenguajes y soportes, con fines mercadológicos y publicitarios, entre otros.

ACTITUDES

- Demuestra una actitud proactiva ante los retos y los desafíos que presenta el mercadeo y la publicidad, para plantear estrategias y planes que solventen las necesidades identificadas y que tengan un alto impacto social.
- Se muestra responsable por el manejo de las diversas herramientas de mercadeo y publicidad vigentes especialmente las redes sociales, para lograr mensajes claros, éticos y transparentes.
- Demuestra sensibilidad y comprensión genuina por los retos sociales que se plantean en la actualidad.
- Es consciente de los impactos que tienen las tecnologías de información y comunicación en las decisiones de consumo de los ciudadanos y las empresas.
- Trabaja en conjunto con equipos de mercadeo y de publicidad para llevar adelante estrategias y acciones de marketing que puedan emplearse en empresas y/u organizaciones.
- Se muestra sensible ante los requerimientos y consultas que presentan los diversos actores de la ciudadanía.
- Se desempeña de forma proactiva en la implementación de estrategias o acciones sociales para mejorar la calidad de vida de las personas.



▲ Jornada Diurna / Nocturna

De: 8:00am a 1:00pm Y De: 5:45pm a 10:00pm

Sábados: De 8:00 am a 6:00 pm ▲