

PERFIL DEL EGRESADO

CONOCER

- Realizar análisis del mercado para determinar los canales de comercialización que necesitan los productos de la empresa para la que labora.
- Realizar el análisis de las cuatro P en organizaciones productivas y de servicios.
- Diseñar la estrategia global de ventas de las organizaciones productivas y de servicios.
- Formular políticas y estrategias de las organizaciones productivas y de servicios.
- Establecer los métodos de investigación más adecuados para cada una de las diferentes funciones administrativas.
- Elaborar diagnósticos para determinar la factibilidad y ejecutar planes de acción en las organizaciones productivas y de servicios.
- Supervisar y controlar la utilización de los diferentes recursos de la empresa, tanto humanos como materiales.
- Planear, organizar e implementar nuevos programas de mercadeo de los productos o servicios de la organización.
- Diseñar programas publicitarios, promocionales y de ventas.
- Recopilar, organizar, interpretar y analizar datos estadísticos que permitan obtener apreciaciones confiables.
- Analizar, evaluar y resolver aspectos de la mercadotecnia en general.
- Diseñar planes estratégicos de mercados a corto, mediano y largo plazo, considerando políticas y proyectos innovadores.
- Realizar estudios de mercados para la toma de decisiones.
- Evaluar comportamiento de los consumidores con el fin de determinar sus necesidades y oportunidades.
- Desarrollar planes de comunicación integral de la mercadotecnia.
- Manejar las tecnologías de la información para la comercialización de bienes y servicios.
- Analizar las tendencias del entorno y del mercado.
- Elaborar pronósticos de ventas para emprender acciones estratégicas de mercadeo.
- Aplicar los procesos administrativos para la evaluación y control de la función y actividades de mercadotecnia.
- Diseñar sistemas logísticos de distribución.

SER

- Dirigir con liderazgo a las personas y proyectos mercadológicos.
- Tener iniciativa y poder de convencimiento de sus decisiones.
- Tener confianza y seguridad en sí mismo, para cumplir sus responsabilidades con éxito, firmeza, energía, tacto y sacrificio.
- Buscar una superación y mejora continua en el cumplimiento con las funciones asignadas.
- Trabajar con espíritu de grupo y de servicio, enriqueciéndose culturalmente y afianzando su identidad nacional.
- Tener actitud para aplicar un amplio sentido social al quehacer profesional.
- Ser promotor de un desarrollo con justicia social.
- Respetar y acrecentar los valores éticos, personales y profesionales ante sus colaboradores y la sociedad.
- Desarrollar un criterio de análisis propositivo, apegado a principios de equidad y justicia, buscando un ambiente de excelencia y calidad.
- Mantener una actitud de innovación y emprendedora.
- Desarrollar habilidades del pensamiento lógico matemático y de razonamiento abstracto.

HACER

- Ejercer en los niveles de mandos medios y gerenciales en las diversas organizaciones productivas y de servicios.
- Dirigir la formación y la capacitación de la fuerza de ventas de las organizaciones productivas y de servicios.
- Aplicar las habilidades técnicas, humanas y conceptuales que le permitan dirigir adecuadamente el departamento de mercadeo y ventas.
- Realizar los estudios de mercado con el objeto de determinar las preferencias de los consumidores, comportamiento de compra y poder adquisitivo en el mercado de productos en que se desenvuelve las organizaciones productivas y de servicios.
- Diseñar campañas publicitarias que tiendan a estimular el consumo de productos de las organizaciones productivas y de servicios.
- Supervisar el proceso de definición de objetivos operacionales, considerando la estrategia global de la empresa.
- Mostrar en su ejercicio diario los valores espirituales y humanos.
- Emprender, organizar, dirigir, administrar y desarrollar, con eficiencia, eficacia y economía, todo tipo de organizaciones productivas y de servicios.
- Generar cultura organizacional, laboral e innovadora, con calidad y efectividad.
- Comunicar información relevante en forma verbal, escrita, en español o inglés a sus los colaboradores.
- Poseer un amplio sentido ético, humanístico y nacionalista, con un elevado compromiso social.
- Aplicar creativamente los conocimientos y técnicas en la prevención y/o solución de problemas.
- Mostrar preocupación sobre el bienestar social con equidad, la dignidad, los derechos de los pueblos y de las personas.

CONVIVIR

- Poseer la capacidad de resolver situaciones laborales y profesionales con honestidad y efectividad.
- Cumplir con las normas y principios éticos que regulan la profesión.
- Realizar tareas de supervisión y control bajo principios de compañerismo y respeto a la condición humana de los subalternos.
- Desarrollar cualidades morales, profesionales y éticas de acuerdo a la profesión.
- Conocer la organización y funciones de la organización para la cual labora.
- Dominar las técnicas de trabajo en equipo como la fórmula eficaz para el logro de los objetivos organizacionales y de servicios.
- Poseer una actitud constante de superación personal y profesional que le permitan asegurar una preparación y actualización permanente en y para toda la vida.
- Desarrollar su profesión basada en un amplio sentido ético, humanístico y nacionalista, con un elevado compromiso social.
- Aplicar creativamente conocimientos y técnicas en la prevención y/o solución de problemas.
- Desarrollar una actitud de aprender a emprender dirigida al beneficio de la sociedad.
- Mostrar preocupación sobre el bienestar social con equidad, la dignidad, los derechos de los pueblos y las personas.

LICENCIATURA EN MERCADEO Y VENTAS

Resolución N° CTF-27-2017 del 13 de septiembre de 2017
Duración: 3 años y 8 meses
Título: Licenciatura en Mercadeo y Ventas

I CUATRIMESTRE				HORAS PRESENCIALES			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
No.	ABREV.	CÓDIGO	DENOMINACIÓN	TEÓRICAS	PRÁCTICAS	TOTAL		
1	ESP	111	Español I	2	2	4	3	
2	CON	112	Contabilidad I	2	2	4	3	
3	MAG	113	Matemática General	2	2	4	3	
4	ING	114	Inglés I	2	2	4	3	
5	ADG	115	Administración General	2	2	4	3	
Sub-Total				10	10	20	15	
II CUATRIMESTRE				HORAS PRESENCIALES			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
No.	ABREV.	CÓDIGO	DENOMINACIÓN	TEÓRICAS	PRÁCTICAS	TOTAL		
1	ESP	121	Español II	2	2	4	3	ESP 111
2	MAF	122	Matemática Financiera	2	2	4	3	MAG 113
3	ING	123	Inglés II	2	2	4	3	ING 114
4	INF	124	Informática I	2	2	4	3	
5	CON	125	Contabilidad II	2	2	4	3	CON 112
Sub-Total				10	10	20	15	
III CUATRIMESTRE				HORAS PRESENCIALES			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
No.	ABREV.	CÓDIGO	DENOMINACIÓN	TEÓRICAS	PRÁCTICAS	TOTAL		
1	MER	131	Mercadeo I	2	2	4	3	
2	DEL	132	Derecho Laboral	2	2	4	3	
3	ING	133	Inglés III	2	2	4	3	ING 123
4	INF	134	Informática II	2	2	4	3	INF 124
5	COC	135	Contabilidad de Costos	2	2	4	3	CON 125
Sub-Total				10	10	20	15	
IV CUATRIMESTRE				HORAS PRESENCIALES			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
No.	ABREV.	CÓDIGO	DENOMINACIÓN	TEÓRICAS	PRÁCTICAS	TOTAL		
1	MER	141	Mercadeo II	2	2	4	3	MER 131
2	EST	142	Estadística I	2	2	4	3	
3	ING	143	Inglés IV	2	2	4	3	ING 133
4	PRE	144	Presupuesto Empresarial	2	2	4	3	
5	INM	145	Investigación de Mercados I	2	2	4	3	
Sub-Total				10	10	20	15	
V CUATRIMESTRE				HORAS PRESENCIALES			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
No.	ABREV.	CÓDIGO	DENOMINACIÓN	TEÓRICAS	PRÁCTICAS	TOTAL		
1	DEC	151	Derecho Comercial	2	2	4	3	
2	COC	152	Comportamiento del Consumidor	2	2	4	3	
3	INM	153	Investigación de Mercados II	2	2	4	3	INM 145
4	EST	154	Estadística II	2	2	4	3	EST 142
5	ECO	155	Economía	2	2	4	3	
Sub-Total				10	10	20	15	
VI CUATRIMESTRE				HORAS PRESENCIALES			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
No.	ABREV.	CÓDIGO	DENOMINACIÓN	TEÓRICAS	PRÁCTICAS	TOTAL		
1	MC	161	Microeconomía	2	2	4	3	ECO 155
2	GEP	162	Geografía de Panamá	2	2	4	3	
3	REH	163	Recursos Humanos	2	2	4	3	
4	SOC	164	Sociología	2	2	4	3	
5	DIP	165	Diseño de Productos	2	2	4	3	
Sub-Total				10	10	20	15	
VII CUATRIMESTRE				HORAS PRESENCIALES			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
No.	ABREV.	CÓDIGO	DENOMINACIÓN	TEÓRICAS	PRÁCTICAS	TOTAL		
1	PSI	171	Psicología	2	2	4	3	
2	EDA	172	Educación Ambiental	2	2	4	3	
3	MAC	173	Macroeconomía	2	2	4	3	MIC 161
4	POP	174	Política de Precios	2	2	4	3	
5	MEI	175	Metodología de la Investigación I	2	2	4	3	
Sub-Total				10	10	20	15	
VIII CUATRIMESTRE				HORAS PRESENCIALES			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
No.	ABREV.	CÓDIGO	DENOMINACIÓN	TEÓRICAS	PRÁCTICAS	TOTAL		
1	HIP	181	Historia de Panamá	2	2	4	3	
2	MEI	182	Metodología de la Investigación II	2	2	4	3	MEI 175
3	PPV	183	Planeación y Pronóstico de Ventas	2	2	4	3	
4	CAD	184	Canales de Distribución	2	2	4	3	
5	LIS	185	Liderazgo y Supervisión	2	2	4	3	
Sub-Total				10	10	20	15	
IX CUATRIMESTRE				HORAS PRESENCIALES			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
No.	ABREV.	CÓDIGO	DENOMINACIÓN	TEÓRICAS	PRÁCTICAS	TOTAL		
1	FEP	191	Formulación y Evaluación de Proyectos	2	2	4	3	MEI 182
2	PLM	192	Plan de Mercadeo	2	2	4	3	MER 141
3	TEV	193	Técnicas de Ventas	2	2	4	3	
4	PRO	194	Promoción	2	2	4	3	
5	HRP	195	Historia de las Relaciones entre Panamá y Estados Unidos I	3	0	3	3	
Sub-Total				11	8	19	15	
X CUATRIMESTRE				HORAS PRESENCIALES			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
No.	ABREV.	CÓDIGO	DENOMINACIÓN	TEÓRICAS	PRÁCTICAS	TOTAL		
1	REP	1101	Relaciones Públicas	2	2	4	3	
2	CAP	1102	Campaña Publicitaria	2	2	4	3	
3	COI	1103	Comercio Internacional	2	2	4	3	
4	GEM	1104	Gerencia de Mercadeo	2	2	4	3	
5	HRP	1105	Historia de las Relaciones entre Panamá y Estados Unidos II	3	0	3	3	HRP 195
Sub-Total				11	8	19	15	
XI CUATRIMESTRE				HORAS PRESENCIALES			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
No.	ABREV.	CÓDIGO	DENOMINACIÓN	TEÓRICAS	PRÁCTICAS	TOTAL		
1	RES	1111	Responsabilidad Social	2	2	4	3	
2	ETP	1112	Ética Profesional	2	2	4	3	
3	OPG	1113	Opción de Grado	2	4	6	4	
Sub-Total				6	8	14	10	
Gran Total				108	104	212	160	