



# FACULTAD DE NEGOCIOS

LICENCIATURA EN MERCADEO  
Y RELACIONES PÚBLICAS

Resolución No.142-2019 del 14 de agosto de 2019

Modalidad: Semipresencial

# OBJETIVO GENERAL

Formar integralmente a Licenciados en Mercadeo y Relaciones Públicas, dotados de las competencias, habilidades y destrezas inspiradas en la creatividad, que logren el mejoramiento de la sociedad al entender su complejidad, basados en principios teórico-metodológicos y prácticos de Mercadeo, Relaciones Públicas, Protocolo y Etiqueta, Administrativos, Organizacionales, Financieros, y Humanos que les permitan propiciar un cambio mediante la toma de decisiones ágiles y con márgenes de error restringidos a los productos y/o servicios ofrecidos por el sector comercial a nivel nacional e internacional.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Preparar al estudiante con los conocimientos económicos, administrativos, contables y matemáticos necesarios para enfrentar con éxito la actividad diaria como Licenciado en Mercadeo y Relaciones Públicas.
- Consolidar los conocimientos, habilidades y destrezas en materia de Mercadeo y Relaciones Públicas para desarrollar competencias que permitan al estudiante su desarrollo personal y grupal en los diferentes espacios laborales y sociales en que se desenvuelva.
- Fomentar la autoformación para que esté acorde en forma permanente a las actuales y futuras corrientes cambiantes, para que actualice sus conocimientos respecto a las tendencias del momento histórico del entorno local, nacional e internacional.
- Formar licenciados en Mercadeo y Relaciones Públicas con fuerte vocación ética, moral y humanística mediante la formación de valores éticos y morales que demuestren que es parte decisoria de un sector económico que le demanda responsabilidad y le otorga derechos y deberes para con él y con la sociedad.
- Vincular la formación de los futuros egresados en actividades propias de la carrera tales como la investigación de mercados, la planificación de estrategias apropiadas a través del fomento de las prácticas en empresas, desarrollando una actitud profesional de excelencia en el servicio y atención al cliente.

## PERFIL DE INGRESO

Para ingresar a la carrera de Licenciatura en Mercadeo y Relaciones Públicas se requiere del cumplimiento de los siguientes requisitos de admisión:

- Presentar original y copia del título de bachillerato. (Ciencias, Informática, Letras o Comercio).
- Presentar original y copia de los créditos secundarios.
- Presentar el original y copia de la cédula o documento de identificación.
- Certificado de buena salud.
- Los estudiantes nuevos que han concluido sus estudios secundarios en el extranjero, deberán presentar su título (bachillerato) debidamente autenticado por el Consulado o Embajada de Panamá en el país de origen y por el Ministerio de Relaciones Exteriores. Además, deberán presentar certificación del Ministerio de Educación del reconocimiento y equiparación de los estudios realizados

### Perfil del Ingresante:

1. Habilidades en el área de las Matemáticas, inglés e Informática.
2. Capacidad de análisis y síntesis.
3. Razonamiento lógico.
4. Interés por el mundo de los negocios y la producción.
5. Constancia, dedicación y deseo de superación.
6. Capacidad de liderazgo y comunicación.
7. Espíritu emprendedor y creativo.
8. Capacidad para integrarse al trabajo en equipo

# PERFIL DEL EGRESADO

Al concluir los estudios, el egresado de la Licenciatura en Mercadeo y Relaciones Públicas, estará provisto de un conjunto de recursos consistente en los aprendizajes teóricos y prácticos para el ejercicio profesional, con sentido humanista y social que le permita desarrollarse integralmente como ser humano, con eficiencia y eficacia en el área de especialidad.

En este sentido, el perfil académico profesional estará constituido por un conjunto de rasgos relacionados con las competencias básicas, genéricas y específicas que deberá lograr el egresado; estas son:

## Competencias Básicas

- Habilidad para comunicarse en forma oral y escrita en lengua materna y en un segundo idioma
- Habilidad para utilizar y relacionar números, sus operaciones básicas y el razonamiento matemático para interpretar información, ampliar conocimientos y resolver problemas tanto de la vida cotidiana como del mundo laboral.
- Habilidad para utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación para procesar e interpretar información.
- Habilidad para aprender a aprender a lo largo de la vida
- Autonomía e iniciativa personal
- Competencia Social y ciudadana
- Comprensión integral del ambiente natural y social

## Competencias Genéricas

- El perfil incluye en esta sección las 27 competencias del Proyecto TUNING para América Latina, aprobadas en 2007 que se detallan a continuación:
- Capacidad de abstracción, análisis y síntesis;
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica;
- Capacidad para organizar y planificar el tiempo;
- Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión;
- Responsabilidad social y compromiso ciudadano;
- Capacidad de comunicación oral y escrita;
- Capacidad de comunicación en un segundo idioma;
- Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación;
- Capacidad de investigación;
- Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente;
- Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas;
- Capacidad crítica y autocrítica;
- Capacidad para actuar en nuevas situaciones;
- Capacidad creativa;
- Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas;
- Capacidad para tomar decisiones;
- Capacidad de trabajo en equipo;
- Habilidades interpersonales;
- Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes;
- Compromiso con la preservación del medio ambiente;
- Compromiso con su medio sociocultural;
- Valoración y respeto por la diversidad y multi-culturalidad;
- Habilidad para trabajar en contextos internacionales;
- Habilidad para trabajar en forma autónoma;
- Capacidad para formular y gestionar proyectos;
- Compromiso ético, y
- Compromiso con la calidad.

# CAMPO OCUPACIONAL

Investigador de Mercados y marcas, Gerente de desarrollo de productos, Gerente de productos, Gerente de la cadena de suministros, Gerente de Operaciones, Gerente de control de inventarios, Gerente de mercadeo, Gerente de promoción de ventas, Gerente de mercadeo por internet, Gerente de tienda, Gerente de proyectos, Investigador de inteligencia competitiva, Recopilador de datos, Director interno de proyectos, Agentes corredores de seguros y bienes raíces, Director o Asistente de mercadeo, Director o Asistente de Comercio Internacional, Ejecutivo de Cuentas, Representante de Ventas, Gerente de atención al cliente, Gerente de marketing global, Asistente de marketing, Especialista de distribución física, Propietario de Agencias Comercializadoras, Consultor de Mercados y Relacionista Público, Asesor de Mercados y Relacionista Público, Director Comercial. (Desarrollo de estrategias para la comercialización de bienes y servicios, Gerente de Publicidad y Promoción, Docente Universitario al contar con el título de docencia superior, Desarrollador de negocios propios, Asesor, consultor o director de áreas de ventas a nivel general (gerentes y supervisores), Gerente de tienda, gerente de producto o gerente de marca, Gerente de desarrollo de nuevos productos, Director de la logística y distribución.

## REQUISITOS DE PERMANENCIA

Cumplir con las normas establecidas por la Universidad Americana.

- Mantener un Promedio Ponderado de notas no menor de 71. Un índice no menor a 1.00 en el sistema de números.
- Mantener y conservar buenas relaciones humanas con administrativos, profesores y compañeros.
- Cumplir con las asignaciones dadas en cada curso.
- Ser puntual y asistir a clases. El participante que tenga más de cuatro (4) ausencias en las clases regulares y más de (1) ausencia en la modalidad sabatina pierde el curso.
- Estar a paz y salvo con los pagos y cuotas financieras mensuales o de cualquier período que exige la Institución.

## REQUISITOS DE GRADUACIÓN

- Haber aprobado todas las asignaturas del programa de licenciatura con sus respectivos créditos académicos.
  - Haber obtenido como puntaje final 71 como mínimo y un índice no inferior a 1.00, en el sistema de números.
  - Haber realizado la Práctica Social (UCA: UAM-Comunidad-Acción). Todas las carreras de licenciatura ofertadas en la UAM tienen que cubrir 75 horas de servicio social (Estas horas no deben ser confundidas con las de Práctica Profesional que exige la carrera).
  - Las 75 horas de servicio social se distribuyen así:
    - 50 horas dedicadas a servicio social comunitario que debe brindar la UAM a la sociedad propio de la carrera universitaria elegida.
    - 25 horas están distribuidas así: 15 horas de conocimientos donde los estudiantes tienen que participar en actividades tales como foros, debates, seminarios, oratorias, entre otras y 10 horas en actividades culturales y deportivas
- Si los estudiantes no cubren estas 75 horas no podrán concluir satisfactoriamente sus estudios universitarios de licenciatura.

- Haber realizado la Práctica Técnica Supervisada de 160 horas que se efectúa en el VI cuatrimestre y entregado el tercer capítulo de la investigación, que inició en Metodología de la Investigación. Para realizar esta práctica, el estudiante debe haber cumplido un mínimo de 45 horas de la Práctica Social (UCA). Como producto de esta actividad formativa se deberá elaborar un informe, el cual recoge las principales experiencias y resultados obtenidos. Si los estudiantes no cubren estas 160 horas no podrán concluir satisfactoriamente sus estudios universitarios de licenciatura.
- Haber realizado la investigación empresarial, en el séptimo cuatrimestre con duración de 75 horas dirigida por el Centro de Investigaciones Mercadológicas y Administrativas (CIMA), en una empresa privada, gubernamental u ONG's. Como producto de esta actividad formativa, se deberá elaborar un informe de 45 páginas como mínimo, de acuerdo a los lineamientos de tesis de licenciatura de la UAM. Si los estudiantes no cubren estas 75 horas no podrán concluir satisfactoriamente sus estudios universitarios de licenciatura.

- Para obtener el título de Licenciatura en Mercadeo y Relaciones Públicas, deberá cumplir con una de las dos opciones: Desarrollar el Proyecto Final de Graduación (PFG) el estudiante escogerá entre dos opciones: Tesis o Práctica Profesional. Para realizar el Proyecto Final de Graduación, el estudiante debe haber completado las 75 horas de la Práctica Social (UCA), la práctica técnica supervisada de 160 horas y las 75 horas de la investigación empresarial (CIMA).

### – Las opciones se detallan así:

- Tesis: Desarrollar un proyecto de investigación que se sustenta ante un cuerpo de jurados de acuerdo al Reglamento de Tesis de la UAM.
- Práctica Profesional: Realizar una práctica profesional en una empresa nacional o internacional o institución pública, nacional o internacional, vinculada al sector por un período de 405 horas que será evaluada por el supervisor de la empresa, y por el profesor responsable de la práctica o de la cátedra, La evaluación de la práctica constituye el 60% de la nota final del trabajo de graduación. La monografía sobre las tareas desempeñadas y la relación entre la práctica y el aprendizaje en el aula de clases impartida por el docente de la cátedra, será evaluada con el 40% de la nota final.

La Práctica Profesional no podrá realizarse en el lugar de trabajo del estudiante.

- Estar a paz y salvo financiero, académico y de biblioteca, así como con otros servicios que le presta la universidad.
- Aprobar nivel o examen de suficiencia (escrito y oral) de un segundo idioma reconocido por la UNESCO.

## SEDES

Sede Panamá Centro

Sede Panamá Este

Sede Panamá Oeste

### **MODALIDAD:**

Semipresencial

### **DURACIÓN:**

3 años y 8 meses

### **HORARIO:**

Diurno, nocturno, sabatino

### **COORDINADOR DE LA CARRERA:**

Mgtra. Dinia Arcia. [coord.mercadeo@uam.edu.pa](mailto:coord.mercadeo@uam.edu.pa)

# PLAN DE ESTUDIO

## I CUATRIMESTRE

CÓDIGO	MATERIA	HORAS			CR	PRE-REQUISITOS
		T	P	TOTAL		
ECO-002	Economía	32	32	64	3	NT
EDU-007	Métodos de Estudio VIRTUAL	16	32	48	2	NT
MAT-001	Matemática	32	32	64	3	NT
SIS-0005	Aplicaciones en Microcomputadora (*)	16	32	48	2	NT
ENG-0051	Inglés I	32	32	64	3	NT
<b>SUBTOTAL</b>		<b>128</b>	<b>160</b>	<b>288</b>	<b>13</b>	

## II CUATRIMESTRE

CÓDIGO	MATERIA	HORAS			CR	PRE-REQUISITOS
		T	P	TOTAL		
ESP-040	Español (Virtual)	32	32	64	3	NT
MAT-020	Matemática Financiera	32	32	64	3	MAT-001
MAT-020	Estadística I	32	32	64	3	MAT-001
ADM-001	Administración en el Contexto Global (Virtual)	32	32	64	3	NT
ENG-0101	Inglés II	32	32	64	3	ENG-0051
<b>SUBTOTAL</b>		<b>160</b>	<b>160</b>	<b>320</b>	<b>15</b>	

## III CUATRIMESTRE

CÓDIGO	MATERIA	HORAS			CR	PRE-REQUISITOS
		T	P	TOTAL		
EDU-066	Diferencia Humana, Diversidad y Pensamiento Crítico (Virtual)	16	32	48	2	NT
HIST-050	Historia de Panamá I (Virtual)	16	32	48	2	NT
MER-002	Mercadeo I	32	32	64	3	NT
MAT-0025	Estadística II	32	32	64	3	MAT-020
ENG-0151	Inglés III	32	32	64	3	ENG-0101
<b>SUBTOTAL</b>		<b>128</b>	<b>160</b>	<b>288</b>	<b>13</b>	

## IV CUATRIMESTRE

CÓDIGO	MATERIA	HORAS			CR	PRE-REQUISITOS
		T	P	TOTAL		
MRP-025	Publicidad	32	32	64	3	MER-002
HIS-051	Historia de Panamá II (Virtual)	16	32	48	2	HIST-050
MER-003	Mercadeo II	32	32	64	3	MER-002
EDU-003	Metodología de la Investigación (Virtual)	32	32	64	3	MAT-001
ENG-0201	Inglés IV	32	32	64	3	ENG-0151
<b>SUBTOTAL</b>		<b>144</b>	<b>160</b>	<b>304</b>	<b>14</b>	

## V CUATRIMESTRE

CÓDIGO	MATERIA	HORAS			CR	PRE-REQUISITOS
		T	P	TOTAL		
HIS-052	Historia de las Relaciones entre Panamá y los EUA (Virtual)	16	32	48	2	NT
GEO-070	Geografía de Panamá (Virtual)	16	32	48	2	NT
MRP-004	Mercadeo III	32	32	64	3	MER-003
CONT-029	Principios de Contabilidad	32	32	64	3	MAT-001
ENG-0251	Inglés V	32	32	64	3	ENG-0201
<b>SUBTOTAL</b>		<b>128</b>	<b>160</b>	<b>288</b>	<b>13</b>	

## VI CUATRIMESTRE

CÓDIGO	MATERIA	HORAS			CR	PRE-REQUISITOS
		T	P	TOTAL		
PPS-001	Práctica Técnica Supervisada (160 horas)	32	32	64	4	MER-003 (haber cumplido las 45 horas de labor social UCA y haber aprobado desde el primero hasta el quinto cuatrimestre)
MER-005	Investigación de Mercados I	32	32	64	3	EDU-003 (haber aprobado la asignatura de Mercadeo I, II y III)
EDU-076	Educación Ambiental (Virtual)	32	32	64	3	GEO-070
MER-029	Comercialización de Productos y Servicios	32	32	64	3	MER-003
ENG-0301	Inglés VI	32	32	64	3	ENG-0251
<b>SUBTOTAL</b>		<b>160</b>	<b>160</b>	<b>320</b>	<b>16</b>	

## VII CUATRIMESTRE

CÓDIGO	MATERIA	HORAS			CR	PRE-REQUISITOS
		T	P	TOTAL		
MER-013	Investigación de Mercados II (***) CIMA	32	32	64	3	MER-005 (haber aprobado desde el primer cuatrimestre hasta el sexto cuatrimestre y las 45 horas de labor social)
RP-001	Relaciones Públicas I	32	32	64	3	MRP-025
RP-004	Expresión Oral para Relaciones Públicas	32	32	64	3	ESP-040
MRP-031	Publicidad Creativa	32	32	64	3	MRP-025
MER-006	Merchandising y Estrategias en el Punto de Venta	32	32	64	3	MER-029
<b>SUBTOTAL</b>		<b>160</b>	<b>160</b>	<b>320</b>	<b>15</b>	

## VIII CUATRIMESTRE

CÓDIGO	MATERIA	HORAS			CR	PRE-REQUISITOS
		T	P	TOTAL		
MRP-019	Relaciones Públicas II	32	32	64	3	RP-001
EDU-006	Metodología de la Investigación II	16	32	48	2	EDU-003
RP-028	Técnica de Radio y Televisión Aplicada	32	32	64	3	RP-008
RP-008	Técnicas de Relaciones Públicas	32	32	64	3	RP-001
MRP-005	Mercadeo Internacional	32	32	64	3	MRP-004
<b>SUBTOTAL</b>		<b>144</b>	<b>160</b>	<b>304</b>	<b>14</b>	

## IX CUATRIMESTRE

CÓDIGO	MATERIA	HORAS			CR	PRE-REQUISITOS
		T	P	TOTAL		
RP-005	Técnicas Gráficas Para Relaciones Públicas	32	32	64	3	MRP-025
MRP-006	Protocolo y Etiqueta	32	32	64	3	MRP-019
ADM-016	Administración de Recursos Humanos	32	32	64	3	ADM-001
MRP-009	Gestión de Productos	32	32	64	3	MERC-029
MER-007	Mercadeo Estratégico	32	32	64	3	MER-013
<b>SUBTOTAL</b>		<b>160</b>	<b>160</b>	<b>320</b>	<b>15</b>	

## X CUATRIMESTRE

CÓDIGO	MATERIA	HORAS			CR	PRE-REQUISITOS
		T	P	TOTAL		
RP-006	Organización de Eventos	32	32	64	3	MRP-006
RP-009	Fotografía para Relaciones Públicas	32	32	64	3	RP-028
ADM-020	Desarrollo del Espíritu Emprendedor	32	32	64	3	ADM-016
RP-010	Imagen Profesional y Corporativa	32	32	64	3	MRP-006
MRP-003	Comportamiento del Consumidor	32	32	64	3	ADM-016
<b>SUBTOTAL</b>		<b>160</b>	<b>160</b>	<b>320</b>	<b>15</b>	

## XI CUATRIMESTRE

CÓDIGO	MATERIA	HORAS			CR	PRE-REQUISITOS
		T	P	TOTAL		
MRP-028	Proyecto Final de Graduación (***)	32	64	96	4	(Haber aprobado desde el primer hasta el décimo cuatrimestre y haber cumplido con las 75 horas de labor social UCA
LNFI-005	Sociedad, Obligaciones y Contratos	32	32	64	3	NT
MER-016	Servicio y Atención al Cliente	32	32	64	3	MRP-006
MRP-030	Administración Publicitaria	32	32	64	3	MRP-031
EDU-018	Ética Profesional	16	32	48	2	MRP-003
<b>SUBTOTAL</b>		<b>144</b>	<b>192</b>	<b>336</b>	<b>15</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>1616</b>	<b>1824</b>	<b>3440</b>	<b>158</b>	

**TOTAL ASIGNATURAS: 55**

### Título: Licenciado (a) Mercadeo y Relaciones Públicas

(HT) Horas Teóricas presenciales

(HP) Horas Prácticas no presenciales,

(TH) Total Horas

(CR) Créditos

(NT) No tiene pre-requisitos

(\*) Práctica Técnica Supervisada de 160 horas (haber realizado las 45 horas de labor social (UCA) y haber aprobado desde el primer cuatrimestre hasta el décimo cuatrimestre

(\*\*) Investigación de Mercado II (haber cumplido las 45 horas de labor social)

(\*\*\*) El Trabajo de Graduación consiste en realizar una Tesis de Grado o una Práctica Profesional 405 horas + complementar las 75 horas de labor social

**Duración 3 años y 8 meses**





**[uam.edu.pa](http://uam.edu.pa)**  
**[admisiones@uam.edu.pa](mailto:admisiones@uam.edu.pa)**



**@uampty**