

# PLAN DE ESTUDIO

Primer Cuatrimestre							
ABRE	COD	ASIGNATURA	HT	HP	TH	CRÉD	PRE-REQ
REL	130	Génesis I	48	0	48	3	
CJU	150	Ciclo de Vida Judía (Festividades)	48	0	48	3	
ING	120	Inglés I	32	0	64	3	
ESP	140	Español	48	0	48	3	
MP	001	Mercadeo I	32	32	64	3	
<b>SUB TOTAL</b>			<b>208</b>	<b>64</b>	<b>272</b>	<b>15</b>	
Segundo Cuatrimestre							
REL	240	Génesis II	48	0	48	3	REL 130
CJU	250	Moral y Ética (Pirke Abot)	48	0	48	3	
HIS	040	Historia de Panamá	48	0	48	3	
MP	002	Mercadeo II	48	0	48	3	MP001
ING	003	Inglés II	32	32	64	3	ING120
<b>SUB TOTAL</b>			<b>224</b>	<b>32</b>	<b>256</b>	<b>15</b>	
Tercer Cuatrimestre							
REL	340	Éxodo I	48	0	48	3	
MP	004	Principios de Publicidad	32	32	64	3	
MP	005	Teorías de la Comunicación	48	0	48	3	MP001
ING	006	Inglés III	48	0	48	3	ING003
MAT	007	Matemática Aplicada	32	32	64	3	
ADM	008	Administración General	48	0	48	3	
<b>SUB TOTAL</b>			<b>256</b>	<b>64</b>	<b>320</b>	<b>18</b>	
Cuarto Cuatrimestre							
CJU	450	Berajot (Bendiciones de la comida)	48	0	48	3	
EDU	730	Metodología de la Investigación	48	32	80	4	
GEO	009	Geografía de Panamá	32	0	32	2	
CON	320	Contabilidad Básica	32	64	96	4	MAT 007
MAT	010	Matemáticas Financieras	32	32	64	3	MAT007
<b>SUB TOTAL</b>			<b>192</b>	<b>128</b>	<b>320</b>	<b>16</b>	
Quinto Cuatrimestre							
CJU	550	Kedushat	48	0	48	3	
MP	411	Contabilidad de Costos	32	32	64	3	CON320
MP	011	Semiótica de Costos	32	32	64	3	
ECO	012	Economía	48	0	48	3	MAT007
MP	032	Educación Ambiental	48	0	48	3	
<b>SUB TOTAL</b>			<b>208</b>	<b>64</b>	<b>272</b>	<b>15</b>	
Sexto Cuatrimestre							
CJU	650	Kashrut (la cocina judía)	48	0	48	3	
MP	014	Presupuesto	48	0	48	3	CON 411-ECO 012
MP	015	Mercadeo de productos y servicios	32	32	64	3	MP 002
MP	016	Estadística Descriptiva	32	32	64	3	MAT 007
MP	017	Comercio Electrónico (e-business)	32	32	64	3	MP 002
<b>SUB TOTAL</b>			<b>192</b>	<b>96</b>	<b>288</b>	<b>15</b>	

**TOTAL TÉCNICO EN MERCADEO Y PUBLICIDAD**  
HT 1280 | HP 448 | TH 1728 | TOTAL DE CRÉDITOS 94

Séptimo Cuatrimestre							
ABRE	COD	ASIGNATURA	HT	HP	TH	CRÉD	PRE-REQ
CJU	750	Shabat I	48	0	48	3	
MP	018	Mercadeo Internacional	48	0	48	3	MP 002
MP	019	Formulación y Evaluación de Proyectos	32	32	64	3	ECO 012
MP	020	Investigación de Mercados	32	32	64	3	MP 015
MP	021	Tendencias Innovadoras en Publicidad	32	32	64	3	MP 004
<b>SUB TOTAL</b>			<b>192</b>	<b>96</b>	<b>288</b>	<b>15</b>	
Octavo Cuatrimestre							
CJU	950	Filosofía Judía	48	0	48	3	
MP	022	Logística y Canales de Distribución	32	32	64	3	MP 015
MP	023	Producción de Medios	32	32	64	3	MP 020
MP	024	Política de Precios	48	0	48	3	ECO 012-CON 411
MP	025	Legislación Laboral	32	0	32	2	
<b>SUB TOTAL</b>			<b>192</b>	<b>64</b>	<b>256</b>	<b>14</b>	
Noveno Cuatrimestre							
MP	026	Diseño e Imagen de Marca	32	32	64	3	MP 020
MP	027	Mercados Turísticos	32	32	64	3	MP 020-MP 021
MP	028	Interfases y Procesos Informáticos	32	32	64	3	
CJU	940	Historia Judía	48	0	48	3	
MP	029	Responsabilidad Social	32	32	64	3	
<b>SUB TOTAL</b>			<b>176</b>	<b>128</b>	<b>304</b>	<b>15</b>	
Décimo Cuatrimestre							
MP	030	Gerencia de Mercadeo y Ventas	48	0	48	3	MP015
MP	031	Fotografía Publicitaria	32	32	64	3	MP025
MP	032v	Comportamiento Organizacional	48	0	48	3	ADM008
MP	033	Creatividad Publicitaria	32	32	64	3	MP026
<b>SUB TOTAL</b>			<b>160</b>	<b>64</b>	<b>224</b>	<b>12</b>	
Décimo Primer Cuatrimestre							
MP	034	Promoción Publicitaria	32	32	64	3	MP030
ADM	035	Sistemas de Información Gerencial	32	32	64	3	MP019-MP020-MP028
MP	036	Ética y Liderazgo	48	0	48	3	
MP	037	Relaciones Públicas	32	0	32	2	
MP	038	Estrategia Empresarial	32	32	64	3	MP030
<b>SUB TOTAL</b>			<b>176</b>	<b>96</b>	<b>272</b>	<b>14</b>	
Décimo Segundo Cuatrimestre							
PPO	039	Práctica Prof e Informe de Práctica	0	160	160	5	1-X1 CUATRIM
<b>SUB TOTAL</b>			<b>0</b>	<b>160</b>	<b>160</b>	<b>5</b>	

**NOMENCLATURAS**  
HT Horas Teóricas | HP Horas Prácticas | TH Total de horas

**TOTAL LICENCIATURA EN MERCADEO Y PUBLICIDAD**  
HT 2176 | HP 1056 | TH 3232 | TOTAL DE CRÉDITOS 169

**Universidad Midrasha Jorev**  
Decreto de creación No. 262  
(de 23 de abril de 2013)

☎ 300-0808 | 📞 6617-2258  
✉ administracion@midrashapanama.com



## LICENCIATURA EN MERCADEO Y PUBLICIDAD

Resolución No. CTF 47-2016 (del día 5 del mes Agosto del año 2016)

## TÉCNICO EN MERCADEO Y PUBLICIDAD

Resolución No. CTF 46-2016 (del día 5 del mes Agosto del año 2016)

**TÍTULO A OTORGAR:** Licenciada en Mercadeo y Publicidad/ Técnica en Mercadeo y Publicidad  
**DURACIÓN:** 12 Cuatrimestres (Licenciatura) / 6 Cuatrimestres (Técnico)  
**MODALIDAD:** Presencial  
**INTENSIDAD HORARIA:** Cada clase tendrá una duración de 45 min. Horarios: matutino.

## OBJETIVOS

### GENERALES

Formar profesionales con los conocimientos práctico-teóricos necesarios y actualizados, para que sean capaces de diseñar planes, programas y proyectos mercadológicos de promoción, venta, organización y posicionamiento de bienes y servicios en función a las necesidades y diversas características de los mercados.

### ESPECÍFICOS

Capacitar a la estudiante en el diseño de planes de mercadeo y de publicidad.

Analizar oportunidades y amenazas de una organización para generar estrategias.

Identificar los riesgos y oportunidades de los distintos mercados.

Valorar los fenómenos nacionales e internacionales del mercadeo y de la publicidad.

Aplicar técnicas y métodos apropiados en el estudio de los mercados.

Proveer una visión global y moderna de la problemática del mercadeo y de la publicidad.

## REQUISITOS

### INGRESO

Para ingresar a la carrera de Técnico o Licenciatura en Mercadeo y Publicidad se debe cumplir con los siguientes requisitos de ingreso:

1. Diploma en:

**Bachiller en Ciencias y sus modalidades**  
**Bachiller en Comercio y sus modalidades**  
**Bachiller en Humanidades y sus modalidades**

2. Copia de créditos de Bachiller.  
*(Para las estudiantes que realizaron sus estudios en el extranjero, deben presentar copia del título de bachiller y de los créditos, apostillados, por el Ministerio de Relaciones Exteriores del país de origen.)*

3. Fotocopia de cédula o pasaporte.  
4. Dos fotos tamaño carné.  
5. Completar la solicitud correspondiente.  
6. Entrevista personal.

### PERMANENCIA

#### Índice

Obtener como mínimo la calificación de 71 (setenta y uno) para aprobar cada curso.  
Mantener y conservar buenas relaciones humanas con sus compañeros y demás miembros de la comunidad universitaria.  
Asumir una actitud de compromiso y responsabilidad, puntualidad y cumplir con sus deberes y responsabilidades.  
Cumplir con las asignaciones dadas de cada curso.  
No ser parte de actos contra la moral y las buenas costumbres.

#### Asistencia

Ser puntual y asistir a clases. El participante debe asistir como mínimo al 75% de las clases.

### GRADUACIÓN

#### Índice

Haber cumplido satisfactoriamente con el Plan de Estudios. Obteniendo la calificación mínima de 71 puntos (Setenta y uno) en cada curso.  
Haber asistido a su clases presenciales tal y como lo establece el reglamento.  
Cumplir todos los requisitos académicos y administrativos.

#### Trabajo final

Ejecutar en forma supervisada una "práctica profesional", la que deberá ser efectuada en alguna entidad pública o privada desarrollando actividades relacionadas en forma directa con la naturaleza de la carrera, tendrá una duración de 160 horas y al final de la cual deberá redactar un INFORME/MEMORIA DE PRÁCTICA.

#### Examen de Inglés

Haber aprobado satisfactoriamente el examen de suficiencia de inglés y haber recibido la certificación de la misma por parte de la Universidad. (Segundo idioma reconocido por la UNESCO).



## PERFIL DEL EGRESADO

La persona que egrese de la Licenciatura en Mercadeo y Publicidad responderá al siguiente perfil, el cual se organiza en los cuatro saberes básicos:

El campo laboral del egresado en el cual podrá desempeñarse es el siguiente:

- Agencias de publicidad.
- Agencias de investigación de mercados
- Agencias especializadas en relaciones públicas.
- Agencia de medios y medios de comunicación.
- Empresas que se dediquen a la investigación de mercados, desarrollo de productos, relaciones públicas, publicidad ventas, promoción.

### RESPECTO DEL SER

Trabjará en conformidad a una personalidad consciente de su dignidad humana, en los valores éticos, la justicia, la libertad, la solidaridad, la tolerancia y la convivencia democrática valorando el medio ambiente.

Internalizará la suficiente autonomía personal y profesional para una adecuada toma de decisiones que le permita aceptar e integrar los aportes de sus pares y miembros de su equipo de trabajo.

Propenderá con capacidad de innovación y creatividad a garantizar una disposición favorable a los cambios científicos que permitan una eficiente labor profesional.

### RESPECTO DEL SABER

Identificará estrategias comerciales que permiten el posicionamiento de sus productos a un mercado meta.

Reconocerá las estrategias de comercialización para servicios o productos vigentes en el mercado.

Clasificará el tipo de investigaciones de mercado de acuerdo a las necesidades de la empresa – cliente.

Reconocerá estrategias publicitarias para el sector público y privado, en medios masivos y medios convencionales.

Interpretará cuáles son estrategias de comercialización y comunicación efectivas.

Inferirá sobre valor que tiene el comportamiento del consumidor.

Recordará los diversos dispositivos tecnológicos como herramientas disponibles.

Comprenderá las funciones y estructura financiera de las empresas y del mercado.

Reconocerá las regulaciones económicas, legales, arancelarias del país y a nivel internacional.

Inferirá sobre el valor de la marca y del cliente a través de una correcta relación con clientes, proveedores y competidores.

### RESPECTO DEL SABER HACER

Desarrollará estudios e investigación de mercados para el desarrollo de proyectos .

Dirigirá actividades de investigación de diferentes mercados.

Implementará planes de mercadeo y publicidad relacionados con el desarrollo de productos, marcas y de servicio al cliente.

Diseñará planes y programas relacionados con estrategias de distribución, promoción y desarrollo de producto.

Estudiará los precios del mercado nacionales e internacionales.

Diseñará estrategias de mercadeo y publicidad adecuadas y competitivas.

Diseñará nuevas marcas que puedan posicionarse en la mente del consumidor para el sector público y privado.

### RESPECTO DEL SABER CONVIVIR

Demostrará probidad, honestidad intelectual y dedicación respetando la libertad de expresión.

Promoverá los valores en un marco de respeto a la legislación vigente y a las necesidades humanas y sociales.

Reflexionará sobre el ejercicio de su actividad profesional.

Será un ejemplo emprendedor tanto en el campo profesional como personal y ciudadano.

**Universidad  
Midrasha Jorev**  
Decreto de creación No. 262  
(de 23 de abril de 2013)

בס"ד

☎ 300-0808 | 📞 6617-2258  
✉ administracion@midrashapanama.com



## LICENCIATURA EN MERCADEO Y PUBLICIDAD

Resolución No. CTF 47-2016 (del día 5 del mes Agosto del año 2016)

## TÉCNICO EN MERCADEO Y PUBLICIDAD

Resolución No. CTF 46-2016 (del día 5 del mes Agosto del año 2016)

**TÍTULO A OTORGAR:** Licenciada en Mercadeo y Publicidad/ Técnica en Mercadeo y Publicidad

**DURACIÓN:** 12 Cuatrimestres (Licenciatura) / 6 Cuatrimestres (Técnico)

**MODALIDAD:** Presencial

**INTENSIDAD HORARIA:** Cada clase tendrá una duración de 45 min. Horarios: matutino.