



## COMISIÓN TÉCNICA DE DESARROLLO ACADÉMICO

Ley 52 de 26 de junio de 2015. Que crea el Sistema Nacional de Evaluación y Acreditación para el mejoramiento de la calidad de la Educación Superior Universitaria de Panamá

### RESOLUCIÓN N° CTDA-11-2022 (del día 1 del mes febrero del año 2022)

**“Por la cual se aprueba la carrera de estudio de Licenciatura en Marketing Digital de la Universidad Hosanna (UNIHOSANNA).”**

**Modalidad: Presencial**

La Comisión Técnica de Desarrollo Académico  
en uso de sus funciones legales y reglamentarias

### CONSIDERANDO:

Que la Ley N° 52 del 26 de junio de 2015, en su artículo 28, crea la Comisión Técnica de Desarrollo Académico, como un organismo mediante el cual la Universidad de Panamá, en coordinación con el resto de las universidades oficiales, realizará la fiscalización y el seguimiento del desarrollo académico de las universidades particulares, aprobará los planes y programas de estudio y supervisará el cumplimiento de los requerimientos mínimos, con el propósito de garantizar la calidad y la pertinencia de la enseñanza, así como el reconocimiento de títulos y grados que emitan.

Que la “Universidad Hosanna (UNIHOSANNA)” se encuentra en proceso de constitución. Documento Legal de Creación: Decreto N°198 de 30 de mayo de 2018.

Que la CTDA envía el plan de estudio de la carrera de **Licenciatura en Marketing Digital de la “Universidad Hosanna (UNIHOSANNA)”** a la Universidad de Panamá para el proceso de evaluación con los docentes especialistas.

Que la evaluación realizada por los docentes especialistas recomienda la aprobación del plan de estudio de la carrera de **Licenciatura en Marketing Digital de la “Universidad Hosanna (UNIHOSANNA)”**.

Que la CTDA emitirá la resolución de aprobación del plan de estudio de la carrera aprobado, por los especialistas evaluadores de la **Licenciatura en Marketing Digital de la “Universidad Hosanna (UNIHOSANNA)”**.

Que el Decreto N°539 del 30 de agosto de 2018, en su artículo 104, establece que todos los planes de estudio aprobado por su Órgano Superior serán actualizados por lo menos cada seis años, con el propósito de adecuar sus contenidos al avance de la ciencia, la tecnología, los sistemas productivos y de servicios, los cambios sociales y laborales de la sociedad contemporánea, con lo que mantendrán la vigencia y pertinencia que la misma requiera.



Que por tanto, se

### RESUELVE:

- PRIMERO:** Aprobar la carrera de Estudio de la Licenciatura en Marketing Digital de la “Universidad Hosanna (UNIHOSANNA)” en su sede Panamá, ya que cumple con los requisitos mínimos que exige la Ley N° 52 de 26 de junio de 2015 y el Decreto Ejecutivo 539 del 30 de agosto del 2018.
- SEGUNDO:** La Licenciatura en Marketing Digital de la “Universidad Hosanna (UNIHOSANNA)” tendrá una duración de tres años ocho meses en periodo de cuatrimestres. Es de modalidad Presencial.
- TERCERO:** La Licenciatura en Marketing Digital de la “Universidad Hosanna (UNIHOSANNA)” consta de 205 créditos de los cuales 128 son teóricos y 77 son prácticos.
- CUARTO:** El Plan de Estudio de Licenciatura en Marketing Digital de la “Universidad Hosanna (UNIHOSANNA)” es el que se detalla en el siguiente cuadro:

UNIVERSIDAD UNIHOSANNA									
PLAN DE ESTUDIO PRESENCIAL									
LICENCIATURA EN MARKETING DIGITAL CON SALIDA INTERMEDIA COMO									
TECNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN COMERCIO ELECTRÓNICO									
No.	Abrev	CODIG O	1er. Cuatrimestre	HORAS		TOTAL DE HORAS	CREDITOS	PRE- REQUISITOS	
				HT	HP				
1	ETV	101	Ética y Valores	32	32	64	3	NINGUNO	
2	ESP	102	Español	32	32	64	3	NINGUNO	
3	MTB	103	Matemática Básica	32	32	64	3	NINGUNO	
4	INF	104	Informática	32	32	64	3	NINGUNO	
5	ADG	105	Administración General I	32	32	64	3	NINGUNO	
6	LGE	106	Legislación Empresarial	32	32	64	3	NINGUNO	
Subtotal				192	192	384	18		
2do. Cuatrimestre				HORAS		TOTAL DE HORAS	CREDITOS	PRE- REQUISITOS	
				HT	HP				
7	ETC	201	Estrategias de Comunicación	32	32	64	3	NINGUNO	
8	MTF	202	Matemática Financiera	32	32	64	3	MTB 103	
9	MEI	203	Metodología de la Investigación	32	32	64	3	NINGUNO	
10	ING	204	Inglés	32	32	64	3	NINGUNO	
11	CON	205	Contabilidad	32	64	96	4	NINGUNO	
12	ARH	206	Administración de Recursos Humanos	32	32	64	3	NINGUNO	
Subtotal				192	224	416	19		
3er. Cuatrimestre				HORAS		TOTAL DE HORAS	CREDITOS	PRE- REQUISITOS	
				HT	HP				
13	ETD	301	Estadística Descriptiva	32	32	64	3	NINGUNO	
14	GEP	302	Geografía de Panamá	32	32	64	3	NINGUNO	
15	EDA	303	Educación Ambiental	32	32	64	3	NINGUNO	
16	CPO	304	Comportamiento Organizacional	32	32	64	3	NINGUNO	
17	IMD	305	Introducción al Marketing Digital	32	32	64	3	ADG 105	
18	INM	306	Investigación de Mercados	32	32	64	3	NINGUNO	
Subtotal				192	192	384	18		



UNIVERSIDAD UNIHOSANNA								
PLAN DE ESTUDIO PRESENCIAL								
LICENCIATURA EN MARKETING DIGITAL CON SALIDA INTERMEDIA COMO								
TECNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN COMERCIO ELECTRÓNICO								
4to. Cuatrimestre				HORAS		TOTAL DE HORAS	CREDITOS	PRE-REQUISITOS
			HT	HP				
19	EDV	401	Estrategias de Ventas I	32	64	96	4	NINGUNO
20	CEE	402	Comercio Electrónico (E-Commerce)	32	32	64	3	NINGUNO
21	DGM	403	Diseño Gráfico y Multimedia	32	32	64	3	NINGUNO
22	COA	404	Comunicación Asertiva / Estrategias de Com	32	32	64	3	NINGUNO
23	MEB	405	Marketig en Buscadores (SEO/SEM)	32	32	64	3	NINGUNO
24	CYP	406	Costos y Presupuestos	32	32	64	3	NINGUNO
Subtotal				192	224	416	19	
5to. Cuatrimestre				HORAS		TOTAL DE HORAS	CREDITOS	PRE-REQUISITOS
			HT	HP				
25	HTP	501	Historia de Panamá	32	32	64	3	NINGUNO
26	INM	502	Inbound Marketing	32	64	96	4	NINGUNO
27	RPU	503	Relaciones Públicas	32	32	64	3	NINGUNO
28	ANW	504	Análítica Web	32	32	64	3	NINGUNO
29	CTE	505	Coaching y Trabajo en Equipo	32	32	64	3	NINGUNO
30	NMK	506	Neuromarketing	32	32	64	3	NINGUNO
Subtotal				192	224	416	19	
6to. Cuatrimestre				HORAS		TOTAL DE HORAS	CREDITOS	PRE-REQUISITOS
			HT	HP				
31	GCO	601	Gestión de Comunidades Online	32	32	64	3	NINGUNO
32	AUD	602	Automatización Digital	32	32	64	3	NINGUNO
33	GEP	603	Gestión de Proyectos	32	32	64	3	NINGUNO
34	EVT	604	Estrategias de Ventas II	32	32	64	3	NINGUNO
35	DIC	605	Dirección Comercial	32	32	64	3	NINGUNO
36	CDP	606	Creación y Desarrollo de Productos o Servicios	32	32	64	3	NINGUNO
Subtotal				192	192	384	18	
7mo. Cuatrimestre				HORAS		TOTAL DE HORAS	CREDITOS	PRE-REQUISITOS
			HT	HP				
37	CDD	701	Canales de Distribución	32	32	64	3	NINGUNO
38	MOM	702	Mobile Marketing	32	32	64	3	NINGUNO
39	EDU	703	Experiencia de Usuario	32	32	64	3	NINGUNO
40	EPV	704	Estrategias post venta	32	32	64	3	FIN 602
41	EDP	705	Estrategias de Precios	32	32	64	3	NINGUNO
42	CCO	706	Comportamiento del Consumidor	32	32	64	3	NINGUNO
Subtotal				192	192	384	18	
8vo. Cuatrimestre				HORAS		TOTAL DE HORAS	CREDITOS	PRE-REQUISITOS
			HT	HP				
43	IYC	801	Innovación y Coolhunting	32	32	64	3	NINGUNO
44	DSC	802	Dirección del Servicio al Cliente	32	32	64	3	NINGUNO
45	DAT	803	Derecho aplicado a Nuevas Tecnologías	32	32	64	3	NINGUNO
46	DWW	804	Diseño Web (Wordpress)	32	32	64	3	NINGUNO
47	EMP	805	Emprendimiento	32	32	64	3	NINGUNO
48	PPI	806	PRACTICA PROFESIONAL I Asistencia en el Consultorio proceso de observador y asistente a estudiantes que están en niveles superiores de práctica	32	64	96	4	ASIGNATURAS DEL I AL VIII CUATRIM.
Subtotal				192	224	416	19	
TECNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN COMERCIO ELECTRÓNICO				1536	1664	3200	148	



UNIVERSIDAD UNIHOSANNA								
PLAN DE ESTUDIO PRESENCIAL								
LICENCIATURA EN MARKETING DIGITAL CON SALIDA INTERMEDIA COMO								
TECNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN COMERCIO ELECTRÓNICO								
9no. Cuatrimestre				HORAS		TOTAL DE HORAS	CREDITOS	PRE-REQUISITOS
				HT	HP			
49	TWE	901	Tecnología Web	32	32	64	3	NINGUNO
50	FDM	902	Fundamentos de Mercadeo	32	32	64	3	NINGUNO
51	DEP	903	Desarrollo Profesional	32	32	64	3	NINGUNO
52	MPE	904	Marca Personal	32	32	64	3	PEC 803
53	IPM	905	Inglés para marketing	32	32	64	3	NINGUNO
54	CWR	906	Copywriting	32	32	64	3	NINGUNO
Subtotal				192	192	384	18	
10 mo. Cuatrimestre				HORAS		TOTAL DE HORAS	CREDITOS	PRE-REQUISITOS
				HT	HP			
55	NEE	1001	Negocios Electrónicos (Ecommerce)	32	32	64	3	NINGUNO
56	DEV	1002	Dirección de Equipos de Ventas	32	32	64	3	MIE 904
57	MCH	1003	Merchandising	32	32	64	3	NINGUNO
58	DSC	1004	Dirección del Servicio al Cliente	32	32	64	3	NINGUNO
59	CDD	1005	Canales de Distribución en el Marketing Digital	32	32	64	3	NINGUNO
60	REC	1006	Redacción Comercial	32	32	64	3	NINGUNO
Subtotal				192	192	384	18	
11vo. Cuatrimestre				HORAS		TOTAL DE HORAS	CREDITOS	PRE-REQUISITOS
				HT	HP			
61	LET	1101	Liderazgo para Equipos de Trabajo	32	32	64	3	NINGUNO
62	EMV	1102	Excel para Marketing y Ventas	32	32	64	3	NINGUNO
63	NVT	1103	Neuroventas	32	32	64	3	NINGUNO
64	PP2	1104	Práctica Profesional II. OPCIONES: (1) Consultoría Corporativa (2) Consultoría Gubernamental y ONGs (3) Unidad de Emprendimiento	16	160	176	6	Todas las asignaturas del Plan
65	OPG	1105	Opción de Grado (Tesis o Materias de Especialización)	16	160	176	6	Todas las asignaturas del Plan
SUBTOTAL				128	416	544	21	
LICENCIATURA EN MARKETING DIGITAL				2048	2464	4512	205	

QUINTO: Informar al Ministerio de Educación que el programa ha sido debidamente aprobado.

FUNDAMENTO DE DERECHO: Artículo 28 de la Ley N° 52 de 26 de junio de 2015.

Dada en la ciudad Universitaria "Octavio Méndez Pereira" a los primeros días del mes de febrero del año dos mil veintidós.

El presidente,

*Eduardo Flores Castro*  
Dr. Eduardo Flores Castro

La secretaria,

*Yaniela González Ortega*  
Dra. Yaniela González Ortega

