



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-343-2022 (del día 19 del mes septiembre del año 2022)

“Por la cual se aprueba el programa de estudio de MBA en Dirección de Marketing y Ventas de la Universidad Hosanna (UNIHOSANNA).”

Modalidad: Semipresencial

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)” fue autorizada para funcionar en la República de Panamá según Documento Legal de Creación: Decreto N°198 de 30 de mayo de 2018.

Que la CTDA envía el plan de estudio del programa de MBA en Dirección de Marketing y Ventas de la “Universidad Hosanna (UNIHOSANNA)” a la Universidad Marítima 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 del programa de MBA en Dirección de Marketing y Ventas de la “Universidad Hosanna (UNIHOSANNA)”.

Que la CTDA emitirá la resolución de aprobación del plan de estudio del programa aprobado, por los especialistas evaluadores de MBA en Dirección de Marketing y Ventas de la “Universidad Hosanna (UNIHOSANNA)”.

Que el texto único del Decreto N°539 del 30 de agosto de 2018, en su artículo 106, 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 el programa de Estudio de MBA en Dirección de Marketing y Ventas 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 texto único del Decreto Ejecutivo 539 del 30 de agosto del 2018.
- SEGUNDO:** El MBA en Dirección de Marketing y Ventas de la “Universidad Hosanna (UNIHOSANNA)” tendrá una duración de un año en periodo de cuatrimestres. Es de modalidad Semipresencial.
- TERCERO:** El MBA en Dirección de Marketing y Ventas de la “Universidad Hosanna (UNIHOSANNA)” consta de 40 créditos de los cuales 26 son teóricos y 14 son prácticos.
- CUARTO:** El Plan de Estudio de MBA en Dirección de Marketing y Ventas de la “Universidad Hosanna (UNIHOSANNA)” es el que se detalla en el siguiente cuadro:

UNIVERSIDAD HOSANNA (UNIHOSANNA)									
MBA EN DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS									
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL									
I CUATRIMESTRE									
Abre.	Código	Denominación	HORAS PRESENCIALES		HORAS NO PRESENC		TOTAL HORAS	TOTAL CREDITOS	PRE-REQUISITO
			T	P	T	P			
EDC	001	Dirección General y Análisis del Entorno Empresarial	16	0	16	32	64	3	Ninguna
EDC	002	Dirección de Mercadeo y Comercio Electrónico	16	0	16	32	64	3	Ninguna
EDC	003	Sistemas de Información Gerencial para la Toma de Decisiones (Big Data)	16	0	16	32	64	3	Ninguna
EDC	004	Información Financiera y Administrativa para la Toma de Decisiones	16	0	16	32	64	3	Ninguna
Subtotal			64	0	64	128	256	12	
II CUATRIMESTRE									
Abre.	Cód	Denominación	HORAS PRESENCIALES		HORAS NO PRESENC		TOTAL HORAS	TOTAL CREDITOS	PRE-REQUISITO
			T	P	T	P			
EDC	005	Administración y Evaluación del Recurso Humano	16	0	16	32	64	3	Ninguna
EDC	006	Toma de Decisiones Gerenciales y Simulación de casos	16	0	16	32	64	3	Ninguna
EDC	007	Derecho Laboral	16	0	16	32	64	3	Ninguna
EDC	008	Monografía	16	32	16	32	96	4	Ninguna
Subtotal			64	32	64	128	288	13	
ESPECIALIZACIÓN EN DIRECCIÓN CORPORATIVA			128	32	128	256	544	25	



UNIVERSIDAD HOSANNA (UNIHOSANNA)									
MBA EN DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS									
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL									
III CUATRIMESTRE									
Abre.	Cód	Denominación	HORAS PRESENCIALES		HORAS NO PRESENC		TOTAL HORAS	TOTAL CREDITOS	PRE-REQUISITO
			T	P	T	P			
MBAMGG	001	Neuromarketing	16	0	16	32	64	3	Ninguna
MBAMGG	002	Dirección de Equipos de Ventas	16	0	16	32	64	3	Ninguna
MBAMGG	003	Negocios ON LINE	16	0	16	32	64	3	Ninguna
MBAMGG	004	Investigación de Mercados y Toma de Decisiones de Marketing	16	0	16	32	64	3	Ninguna
MBAMGG	005	Opciones de Grado: (1) Examen General. (2) Práctica Profesional (3) Pasantía Nacional o Internacional (4) Sustentación de un Proyecto final	16	0	16	32	64	3	Ninguna
Subtotal			80	0	80	160	320	15	
MBA EN DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS			208	32	208	416	864	40	

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 diecinueve días del mes de septiembre del año dos mil veintidós.

El presidente,

Eduardo Flores Castro
Dr. Eduardo Flores Castro



La secretaria,

Yariela González Ortega
Dra. Yariela González Ortega