



Universidad de Panamá
Vicerrectoría de Investigación y Postgrado

FACULTAD

DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y CONTABILIDAD

Contacto: damariscoronado@gmail.com

Tel: (507) 523-7485

TIPO DEL PROGRAMA

Semipresencial

MODALIDAD DE IMPARTICIÓN

Profesional

TOTAL DE CRÉDITOS

55 créditos

MAESTRÍA EN MARKETING ESTRATÉGICO Y COMERCIO INTERNACIONAL CON SALIDA INTERMEDIA EN ESPECIALISTA EN MARKETING ESTRATÉGICO

TÍTULO QUE OTORGA

- Especialista en Marketing Estratégico.
- Magíster en Marketing Estratégico y Comercio Internacional.

PERFIL DE INGRESO

Todo aspirante a la Maestría en Marketing Estratégico y Comercio Internacional requiere de conocimientos sobre Mercadotecnia por lo que su formación deberá estar concebida dentro de los campos de la Administración de Empresas, Relaciones Internacionales, Comercio Internacional, Economía, Finanzas, Aspectos Aduaneros y Mercadeo o a fines.

Los estudiantes deben contar con el nivel de responsabilidad, ética y compromiso que la carrera demanda al igual que con la actitud y capacidad de trabajar tanto de manera individual como en equipo según lo amerite las asignaciones indicadas.



Universidad de Panamá
Vicerrectoría de Investigación y Postgrado

FACULTAD

DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y CONTABILIDAD

Contacto: damariscoronado@gmail.com

Tel: (507) 523-7485

TIPO DEL PROGRAMA

Semipresencial

MODALIDAD DE IMPARTICIÓN

Profesional

TOTAL DE CRÉDITOS

55 créditos

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y CONTABILIDAD
Maestría en Marketing Estratégico y Comercio Internacional con salida
intermedia a la Especialización en Marketing Estratégico

Aprobada en la Reunión 04-26 del CI del 17 de abril de 2026.

I CUATRIMESTRE					
Abrev. y No.	Asignatura	HT	HP	TH	CRE
MMCI 700	Tendencias de Marketing Global.	2	3	5	3
MMCI 701	Metodología Estratégica de Investigación enfocado al Marketing.	2	3	5	3
MMCI 702	Análisis y Planificación Estratégica de Mercados.	2	3	5	3
SUBTOTAL		6	9	15	9

II CUATRIMESTRE					
Abrev. y No.	Asignatura	HT	HP	TH	CRE
MMCI 703	Inteligencia Estratégica de Mercados Comercio.	2	3	5	3
MMCI 704	Formulación de Proyectos y Auditoria Aplicadas al Marketing.	2	3	5	3
MMCI 705	Analítica de Datos e Inteligencia Artificial en la Gestión del Comercio Global.	2	3	5	3
SUBTOTAL		6	9	15	9



FACULTAD



Universidad de Panamá
Vicerrectoría de Investigación y Postgrado

DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y CONTABILIDAD

Contacto: damariscoronado@gmail.com

Tel: (507) 523-7485

TIPO DEL PROGRAMA

Semipresencial

MODALIDAD DE IMPARTICIÓN

Profesional

TOTAL DE CRÉDITOS

55 créditos

III CUATRIMESTRE

Abrev. y No.	Asignatura	HT	HP	TH	CRE
MGOLE 706	Neuromarketing y Marketing Sensorial.	2	3	5	3
MGOLE 707	Comercio Electrónico y Marketing Digital.	2	3	5	3
MGOLE 708	Dirección de Marketing y Desarrollo Estratégico Global.	2	3	5	3
SUBTOTAL		6	9	15	9

Al aprobar el I, II y III Cuatrimestre se otorga el título de Especialista en Marketing Estratégico con 27 créditos.

IV CUATRIMESTRE

Abrev. y No.	Asignatura	HT	HP	TH	CRE
MGOLE 709	Distribución Comercial y Documentación Logística.	2	2	5	3
MGOLE 710	Investigación de Marketing Internacional.	2	2	5	3
MGOLE 711	*Proyecto de Intervención I.	0	16	16	8
SUBTOTAL		4	22	26	14



Universidad de Panamá
Vicerrectoría de Investigación y Postgrado

FACULTAD

DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y CONTABILIDAD

Contacto: damariscoronado@gmail.com

Tel: (507) 523-7485

TIPO DEL PROGRAMA

Semipresencial

MODALIDAD DE IMPARTICIÓN

Profesional

TOTAL DE CRÉDITOS

55 créditos

V CUATRIMESTRE

Abrev. y No.	Asignatura	HT	HP	TH	CRE
MGOLE 712	Regulaciones del Comercio Nacional e Internacional.	0	3	5	3
MGOLE 713	Negociación para el Comercio Internacional.	2	3	5	3
MGOLE 714	*Proyecto de Intervención II.	0	16	16	8
SUBTOTAL		4	22	26	14
TOTAL		26	71	97	55

NOTA: *El Proyecto de Intervención, no es una asignatura (Reunión No.15-2024 de C.I. de 29 de noviembre de 2024) **se consigna en el plan de estudio, ya que tiene créditos (Reunión No. 2-18 de 4 de julio de 2018)** y consiste en un requisito de egreso en las maestrías profesionales.

Se entiende como el desarrollo o innovaciones orientados a proponer soluciones a una problemática dada, que se identifica en una organización económica, sociocultural, (Artículo 56 del RGE) enmarcado dentro de las líneas de investigación de la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad.

El estudiante matricula su proyecto de intervención I en el IV Cuatrimestre (penúltimo) con su respectivo Tutor-Asesor, no se coloca calificación, el tutor asesor da el visto bueno en Proyecto de Intervención I, para que el estudiante desarrolle y sustente su Proyecto de Intervención II en el último cuatrimestre o semestre. La calificación del proyecto de Intervención es la que se consigna en el Acta de Sustentación que otorga el tribunal y la coloca el Tutor- Asesor o Asesor.