

**1. DATOS GENERALES DEL CURSO**

<b>Nombre del curso</b>	Medios BTL				
<b>Programa al que pertenece</b>	Licenciatura en Mercadotecnia Digital				
<b>Área de formación</b>	Básica Particular Obligatoria				
<b>Clave de la materia</b>	IH700		<b>Créditos</b>	10	
<b>Horas totales del curso</b>	105	<b>Horas Teoría</b>	35	<b>Horas Práctica</b>	70
<b>Fecha de diseño del curso</b>	21/05/2021		<b>Fecha de actualización del curso</b>	21/05/2021	

**2. COMPETENCIA**

El estudiante propone estrategias de mercadotecnia digital enfocadas a formas no masivas de comunicación, dirigidas a segmentos de mercado específicos, aspirando a la calidad, innovación y creatividad en su quehacer profesional.

**3. PRODUCTO INTEGRADOR**

**Descripción** Propuesta estratégica de marketing BTL para un producto o servicio, en el cual deberá de crear los KPI's correspondientes para la medición de la misma.

**4. RECORTE DE CONTENIDO**

	<b>Unidad 1</b>	<b>Unidad 2</b>	<b>Tema 3</b>
<b>Título</b>	Medios No Masivos de Comunicación	Tipos de Estrategias BTL	Diseñando una estrategia de Marketing BTL
<b>Objetivo</b>	Describir el uso de las formas no masivas de comunicación dirigidas a segmentos de mercado específico.	Explorar los tipos de estrategias de Marketing que se pueden aplicar en Medios BTL, así como sus elementos característicos.	Analizar la publicidad BTL como una herramienta del marketing para lograr un impacto publicitario sin límites describiendo sus formas de medición de resultados.



<b>Contenido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definición y origen. Diferencia entre BTL, TTL y ATL</li> <li>Aplicación de la publicidad BTL</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estrategias en punto de venta</li> <li>Marketing Social y Green Marketing</li> <li>Marketing Directo</li> <li>Outdoor Marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estrategias y tácticas BTL</li> <li>KPI's: métricas para medir las actividades BTL</li> </ul>
------------------	---	---	--

## 5. PRERREQUISITOS

<b>Obligatorios</b>	Fundamentos de publicidad
<b>Recomendados</b>	Comportamiento del Consumidor, Multiculturalidad y Consumo Online, Mix de Comunicación Digital

## 6. PERFIL DEL DOCENTE PARA IMPARTIR EL CURSO

Profesor con nivel Licenciatura o Posgrado de cualquier carrera económico administrativa, diseño gráfico, comunicación gráfica, publicidad o afín, que cuente con conocimientos sobre medios publicitarios convencionales (ATL) y no convencionales (BTL), así como las estrategias idóneas en cada tipo de medio.