

**1. DATOS GENERALES DEL CURSO**

| | | | | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|---------------------|---|-----------------------|----|
| Nombre del curso | Optativa VIII | | | | |
| Programa al que pertenece | Licenciatura en Mercadotecnia Digital | | | | |
| Área de formación | Optativa Abierta | | | | |
| Clave de la materia | IH711 | | Créditos | 6 | |
| Horas totales del curso | 60 | Horas Teoría | 30 | Horas Práctica | 30 |
| Fecha de diseño del curso | 31/05/2022 | | Fecha de actualización del curso | 31/05/2022 | |

2. COMPETENCIA

El estudiante realiza propuestas de aplicación de las diferentes tendencias tecnológicas y herramientas avanzadas de Marketing para una organización, a partir de la identificación de las características de las mismas a fin de influir de manera eficaz y eficiente en el mercado.

3. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Documento que integra todo lo trabajado en el curso, y añadiendo conclusiones sobre las tendencias tecnológicas y su aplicación en el Marketing Digital.

4. RECORTE DE CONTENIDO

| | Unidad 1 | Unidad 2 | Tema 3 |
|-----------------|---|---|--|
| Título | Tendencias Tecnológicas en Marketing | Herramientas Avanzadas de Marketing Digital | Neuromarketing |
| Objetivo | Distinguir las tendencias tecnológicas más avanzadas, así como sus características y aplicación al Marketing. | Proponer aplicación de las diferentes herramientas avanzadas de Marketing Digital en una organización real. | Reconocer el Neuromarketing como una herramienta avanzada para la toma de decisiones de mercado en una organización. |



| | | | |
|------------------|--|--|---|
| Contenido | <ul style="list-style-type: none"> • Big Data • Inteligencia Artificial (AI) • Machine Learning • Realidad Virtual • Realidad Aumentada | <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación Integral de Marketing • Landing Pages • Lead Scoring • A/B Testing • Customer Data Platform (CDP) • Account Based Marketing (ABM) • Visual Search Marketing • Remarketing / Retargeting • Business Intelligence | <ul style="list-style-type: none"> • Conceptualización • Tipos de Neuromarketing • Teoría de los 3 cerebros • Herramientas del Neuromarketing • Insights del consumidor • Neuromarketing aplicado |
|------------------|--|--|---|

5. PRERREQUISITOS

| | |
|---------------------|--|
| Obligatorios | Ninguno |
| Recomendados | E-Business, Comportamiento del Consumidor, Proyecto IV, Proyecto V |

6. PERFIL DEL DOCENTE PARA IMPARTIR EL CURSO

Profesor con nivel Licenciatura o Posgrado preferentemente egresado de Marketing o programa educativo afín, que tenga conocimientos técnicos y prácticos sobre tendencias tecnológicas y herramientas avanzadas de Marketing para incrementar la competitividad de las organizaciones.