

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**GESTIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS BTL COMO
HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DIRECTA ENTRE LAS
EMPRESAS PRIVADAS Y SU PÚBLICO OBJETIVO 2017 - 2024**

PRESENTADO POR

GINA PAULINE LLANOS BOZIC

ASESOR

ALEJANDRO HERNAN SEMINARIO CAMPOS

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

LIMA – PERÚ

2024



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada

CC BY-NC-ND

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

NOMBRE DEL TRABAJO

Reporte-GESTIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS BTL COMO HERRAMIENTAS

AUTOR

GINA PAULINE LLANOS BOZIC

RECuento de palabras

15471 Words

RECuento de caracteres

89108 Characters

RECuento de páginas

89 Pages

Tamaño del archivo

2.7MB

FECHA DE ENTREGA

Sep 20, 2024 12:15 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Sep 20, 2024 12:16 PM GMT-5

● **13% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 11% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 10% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Material citado