



“Universidad del Sureste”

Turno matutino.

Acción promocional.

“Implicaciones económicas de la
publicidad.”

Presenta:

Yadira Barrios López.

Sexto Cuatrimestre ‘U’.

Medicina Veterinaria y Zootecnia.

Catedrático:

Ing. Juan Jesús Agustín Guzmán.

Domingo 16 de junio de 2020

Tapachula, Chiapas, México.

Implicaciones económicas de la publicidad

Entre los aspectos económicos de la publicidad están el incremento de la demanda de productos, incremento del PIB, mayor inversión nacional y extranjera en condiciones de libre competencia, disminución de precios de mercado.

Publicidad y política económica

- Consumo: Los sectores en los cuales las inversiones en publicidad son las más elevadas son también aquellos sectores en los cuales el consumo crece más en términos de volumen.
- Innovación: Los sectores en los cuales la inversión es más alta que el promedio, tanto en publicidad como en innovación y en investigación y desarrollo.
- Competencia: Aquellos sectores en los cuales el índice de inversión en publicidad es más alto.
- Efecto del impulso sectorial: En este sector, el valor añadido crece el doble de rápido que en toda la economía y su contribución al crecimiento del empleo es cuatro veces más alta que el promedio vigente para toda la economía.

Las características económicas del producto

- Primero: La publicidad necesita de un patrocinador.
- Segundo: La publicidad tiene un costo.
- Tercero: La publicidad tiene un público objetivo.
- Cuarto: - La publicidad tiene objetivos que cumplir.
- Quinta: La publicidad utiliza medios masivos de comunicación