



“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 14 de junio de 2020

Tapachula, Chiapas, México.

Implicaciones económicas de la publicidad

La publicidad se ha convertido, indudablemente, en toda una industria que ha generado movimientos económicos en los países donde se ha desarrollado.

aspecto

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.

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.

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.

Las características económicas del producto publicitario.

Primero: La publicidad necesita de un patrocinador

Quinta: La publicidad utiliza medios masivos de comunicación

Tercero: La publicidad tiene un público objetivo

Segundo: La publicidad tiene un costo

Cuarto: - La publicidad tiene objetivos que cumplir.