



MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA
ACCIÓN PROMOCIONAL

Sexto cuatrimestre grupo A

Mayo - Agosto

MVZ. Gumeta Moreno Sarain

Alumno: José Eduardo Roblero Tovar

Actividad: Cuadro sinóptico

Comitán, Chiapas.

Características económicas del Producto publicitario

Forma de comunicación impersonal de largo alcance porque utiliza medios masivos de comunicación, como la televisión, la radio, los medios impresos, internet, etc.

Tiene características como:

Primero

Siempre la publicidad necesita de Patrocinador

Segundo

Para toda publicidad se necesita un costo

Tercero

La publicidad tiene un público objetivo: Si bien, la publicidad se caracteriza por utilizar medios de comunicación masivos

Cuarto

Tiene objetivos para cumplir

Informar
Recordar
Persuadir

Quinto

Utiliza medios masivos de comunicación

Periódicos
Televisión
Radio
Redes

Efectos de publicidad sobre la demanda de la empresa

Seguimiento muy estricto por parte de organismos públicos y privados en cuanto a lo que se difunde con propósitos publicitarios, para verificar que cumple con las normas establecidas.

Ética y niños

Los expertos dicen que un niño a lo largo de un año ve alrededor de 1500 horas de televisión, lo cual implica que va ser sujeto y blanco de un gran número de comerciales.

Regulaciones

Se refiere a las leyes y normas que definan la forma en que los productos pueden ser objeto de publicidad en una región en particular.