

TITULO
MAPA CONCEPTUAL



- Materia: Acción promocional
- Docente: Sarain Gumeta Moreno
- Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia
- Cuatrimestre: 6to A
- Nombre del alumno: Eunice Michell Domínguez Castañeda

UNIDAD 2

El mailing

Es la

Publicidad directa que envían las empresas a los contactos que tienen en su base de datos

Se basa en

Enviar correos electrónicos a clientes actuales o potenciales

Diferencias

***Snap:** correos no deseados, que se recibe sin comerlo ni beberlo
***Buzoneo:** reparto de folletos publicitarios

Límites legales

Establece las obligaciones que los responsables de los ficheros, tanto de organismos públicos como privados

El Telemarketing

Es una

Comunicación personal con público objetivo a través del medio telefónico

Se utiliza

Con frecuencia para apoyar la comunicación iniciada con compañías por correo ordinario.

Ventajas

***Rapidez**
***Interactividad**
***Complemento o sustituto eficiente de ventas**
***Flexibilidad**

Implicaciones económicas de la publicidad

Aspectos económicos

Incremento de la demanda es desmentir la idea de que la publicidad tiene como objetivo incrementar las ventas

Incremento del PIB

Representa una mayor estabilidad económica, desarrollo de fuentes de empleo y mayor atracción para inversionistas

Disminución de precios

Tiene un efecto importante en la disminución del precio de productos y servicios

Publicidad y política económica

Publicidad estimula

El crecimiento del consumo, acelera la difusión de la innovación y promueve la competencia

***Consumo:** sectores en los cuales el consumo crece en términos de volumen
***Innovación:** inversión más alta que el promedio
***Competencias:** el crecimiento del valor añadido alto

Efecto del impulso sectorial

Multiplicador del crecimiento económico, también mejora la eficiencia económica de las inversiones materiales