


TITULO:
Mapa conceptual

- 
- **Materia:** acción promocional
 - **Docente:** Mvz. Sarain Gumeta Moreno
 - **Licenciatura:** medicina veterinaria y z.
 - **Cuatrimestre:** 6to A
 - **Alumno:** José Fidel Meza Rodas

Fecha de entrega: 10 de junio del 2020

Temas 2.1.1 al 2.2.1

2.1 El Mailyng

Definición

Mensajes a personas que están en una base de datos

Diferencias entre spam y buzoneo

Spam

buzoneo

Es:

Correo no deseado

Es:

Reparto de folletos

El Telemarketing

Es:

componente de la estrategia de marketing directo

Ventajas;

Rapidez.

Interactividad.

Complemento o sustituto eficiente de la visita de ventas.

Flexibilidad.

Oportunidad de ventas adicionales.

Servicio al cliente.

Obtención de información.

Implicaciones económicas de la publicidad

Se mide por

1. Incremento de la demanda de productos
2. Incremento del PIB
3. Mayor inversión nacional y extranjera en condiciones de libre competencia
4. Disminución de precios de mercado

Publicidad y Política Económica

se basa en:

1. Consumo
2. Innovación
3. Competencia
4. Efecto del impulso sectorial