

TEMA:

- **DOCENTE: SARAIN GUMETA MORENO**
- **NOMBRE DEL ALUMNO: ANDREA CASTRO HIDALGO**
- **CARRERA: MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA**
- **CUARRIMESTRE: 6to**
- **MATERIA: ACCION PROMOCIONAL**

ACCION PROMOCIONAL

Las características económicas del producto publicitario

En un sentido más específico, la publicidad es una forma de comunicación impersonal de largo alcance porque utiliza medios masivos de comunicación, como la televisión, la radio, los medios impresos, internet, etc.

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

Informar, recordar, persuadir.

Quinto

La publicidad utiliza medios masivos de comunicación

Los efectos de la publicidad sobre la demanda de la empresa

La publicidad y la promoción de ventas están presentes prácticamente en cualquier actividad económica y social de forma que el régimen legal contempla diversos ámbitos para asegurar el marco regulatorio adecuado para estas actividades.

La publicidad no manipula, ni tampoco obliga, simplemente persuade

La ética y los niño

Las regulaciones

Las promociones y las RRPP (relaciones Públicas)

Organismos que protegen al consumidor