


- 
- Materia: acción promocional
 - Docente: moreno Gumeta sarai
 - Licenciatura: medicina veterinaria y zootecnia
 - Cuatrimestre: 6 to.
 - Nombre del alumno: Axel adrian altuzar alvarado

Acción promocional

Las características económicas del producto publicitario

La publicidad de un producto es aquella que tiene como único objetivo dar a conocer las características de determinado producto, tales como su nombre e imagen; siendo empleada al momento de promocionar nuevamente un producto que ya había sido presentado en el mercado

Vale la pena destacar que la promoción y la publicidad de un producto, a pesar de ser dos términos que suelen ser empleados del mismo modo, son completamente diferentes

la última se centra en conseguir resultados que puedan beneficiar a mediano plazo, logrando cautivar al cliente al fijar un producto en sus mentes

la promoción es una herramienta empleada por las compañías cuando se quiere introducir un producto al mercado, con la finalidad de impulsar las ventas de la empresa, además de lograr diferenciarse de la competencia

Los efectos de la publicidad sobre la demanda de la empresa

A diario somos bombardeados con publicidad en la televisión, el cine, la radio, en los anuncios espectaculares, etc., en todos los lugares a donde vamos, sin poder evitarlo, en forma constante y muchas veces sin percatarnos, sobre todo en cosas que consideramos cotidianas e inofensivas.

Una publicidad responsable o ética es la que no engaña al consumidor, los anuncios comerciales son claros, auténticos, veraces y legales. La buena publicidad informa, difunde y convence, para mejorar las condiciones de vida de las personas en forma real, sin ocultar, mentir o deformar sobre sus beneficios.

La publicidad engañosa es imperceptible porque la mayoría de los casos es congruente con nuestros anhelos, el producto o servicio no resulta ser lo que anuncia en su publicidad, mantienen un modelo de comportamiento social que acaban condicionando nuestra conducta, no solo les interesa vender la marca, sino crear hábitos, adicción y necesidad de consumo excesivo.