

TITULO

CUADRO SINOPTICO →

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

UNIDAD 2

Las características económicas del producto publicitario

La publicidad es una forma de comunicación interpersonal

Es un componente de las diferentes actividades de la mercadotecnia, específicamente en la promoción

Elementos del mix de promoción

- **Primero:** la publicidad necesita de un patrocinador
- **Segundo:** la publicidad tiene un costo, varía de acuerdo al tipo de comunicación
- **Tercero:** la publicidad tiene un público objetivo
- **Cuarto:** la publicidad tiene objetivos que cumplir, informar, recordar y persuadir

Los efectos de la publicidad sobre la demanda de la empresa

La ética y los niños

La publicidad dirigida al segmento de niños es un tema controversial, ya que los niños suelen ser sujeto y blanco de un gran grupo de comerciales

Las regulaciones

Se refiere a las leyes y normas que definan la forma en que los productos pueden ser objetivo de publicidad

Las promociones y las RRPP

La promoción es una herramienta o variable de la mezcla de promoción, consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal

Organismos que protegen al consumidor

La ley regula que las autoridades dispondrán de oficinas y personal calificado para orientar y garantizar los derechos de los consumidores y usuarios, resaltando que cuando se vayan a realizar inspecciones, se harán en coordinación con representantes de organismos reguladores.