UDS UNIVERSIDAD DEL SURESTE
"Pasión por educar"

Mapa conceptual

- Materia: Acción Proporcional
- Docente: Sarain Gumeta Moreno
- Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia
- 6to cuatrimestre
- Nombre del alumno: Karla Lizbeth Cerino Orantes

Fecha de entrega: 11/06/2020

Mapa conceptual

LA PUBLICIDAD

EL MAILING.

Se basa en enviar correos electrónicos a clientes

Se basa en el envío de muchos correos en los que de alguna manera se intenta vender algo.

EL TELEMARKETING.

a través del medio telefónico que ofrece múltiples ventajas para incrementar las ventas de tu negocio.

Es un componente de la estrategia de marketing directo,

Permite optimizar y realizar cambios sobre la marcha en la campaña con efectividad.

IMPLICACIONES ECONÓMICAS DE LA PUBLICIDAD.

La publicidad tiene como objetivo incrementar las ventas.

La publicidad permite que el mercado conozca las diferentes opciones de producto que existen.

Esto permite que la venta de productos se rija por el valor agregado que estos ofrecen

PUBLICIDAD Y POLÍTICA ECONÓMICA

Estimula el crecimiento del consumo

Acelera la difusión de la innovación, promueve la competencia

Multiplicador del crecimiento económico

La inversión en publicidad hace posible que las empresas vendan sus productos