

## Mapa conceptual



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

# LA PUBLICIDAD

## EL MAILING

Mailing es la publicidad directa que envían las empresas a los contactos que tienen en su base de datos. Hoy en día muchas empresas utilizan el correo electrónico para enviar su mailing, aunque conviene

Antes de la irrupción del correo electrónico las empresas también enviaban correos masivos, lo que se conoce como mailing postal. Esta técnica todavía está en uso ya que son bastantes las empresas que mandan información personalizada en formato físico.

## EL TELEMARKETING

El Telemarketing es una comunicación personal con tu público objetivo a través del medio telefónico que ofrece múltiples ventajas para incrementar las ventas de tu negocio. También denominado marketing telefónico, el Telemarketing es un componente de la estrategia de marketing directo, junto con el resto de acciones de marketing mix.

Aprovechando sus ventajas, esta modalidad de marketing directo se utiliza con frecuencia para apoyar la comunicación iniciada con campañas por correo ordinario o con la difusión de anuncios en medios convencionales de comunicación masiva

## IMPLICACIONES ECONOMICAS DE LA PUBLICIDAD

La publicidad se ha convertido, indudablemente, en toda una industria que ha generado movimientos económicos en los países donde se ha desarrollado. América latina ha visto crecer esta industria en los últimos años, gracias, entre otras cosas a la globalización de los mercados

la primera aclaración que queremos hacer en este texto es desmentir la idea de que la publicidad tiene como objetivo incrementar las ventas. Nada más falso, la publicidad en el mejor de los casos, cuando es bien manejada, tiene como consecuencia lógica el incremento de las ventas; sin embargo, los objetivos de la publicidad, son: informar, persuadir y recordar.

## PUBLICIDAD Y POLITICA ECONOMICA

Aun cuando la publicidad representa, para las empresas, una inversión de gran importancia, paradójicamente, muy poco se conoce sobre su rol económico de mayor alcance. Las investigaciones recopiladas por la Federación Mundial de Anunciantes (WFA),

Los sectores en los cuales las inversiones en publicidad son las más elevadas son también aquellos sectores en los cuales el consumo crece más en términos de volumen. En consecuencia, estos sectores contribuyen más, proporcionalmente, al crecimiento económico en general que otros sectores.