

**Nombre de alumno: Samantha Guillen Pohlenz**

**Nombre del profesor: Saraín Gumeta**

**Nombre del trabajo: Acción promocional cuadro sinóptico**

**Materia: Acción promocional**

**Grado: 6to**

**Grupo: B**

ACCIÓN  
PROMOCIONAL

- Características económicas del producto publicitario

- Primero. Se necesita de un patrocinado
- Segundo. La publicidad necesita dinero.
- Tercero. La publicidad siempre tiene un objetivo de realizarse.
- Cuarto. Los objetivos de la publicidad deben cumplirse, llegar a los clientes y no ser olvidada
- Quinto. Dependiendo de a dónde queramos llegar, serán los medios de comunicación que utilizaremos

- Efectos de la publicidad sobre la demanda de la empresa

- Todas las empresas tienen una responsabilidad enorme a la hora que realizan su publicidad.
- La publicidad y promoción están presentes en cualquier actividad económica y social
- La publicidad no debe de manipular ni obligar, solo persuadir.
- El consumidor debe ser protegido de las empresas que mandan mensajes subliminales negativos, sobre todo a los niños

## Bibliografía

Sarain, G. (2020). *Antología Acción promocional*. Comitán de Domínguez: Universidad del Sureste.