



**Nombre de alumno: Ma. Fernanda Vidal Velázquez**

**Nombre del profesor: Medico Sarain Gumeta Moreno**

**Nombre del trabajo: cuadro Conceptual**

**Materia: Acción Promocional**

**Grado: 6to cuatrimestre**

**Grupo: B**

Comitán de Domínguez Chiapas a 18 de junio del 2020.

Acción  
promocional

Características  
económicas del  
producto publicitario

Es una forma de comunicación de largo alcance por que utiliza medios masivos de comunicación como la televisión, la radio, internet, etc.

Características

- Publicidad necesita de un patrocinador.
- Tiene un costo.
- Público objetivo.
- Objetivos de cumplir.
- Utiliza medios masivos de comunicación
- Componente de las diferentes actividades de la mercadotecnia

Los efectos de la  
publicidad sobre la  
demanda de la  
empresa

No manipula, ni tampoco obliga simplemente persuade y en algunos casos la publicidad con sus diferentes estrategias muchas veces llega a convencer al público a consumir un determinado producto bien sea por curiosidad o bien por definitiva hubo un interés por un producto o servicio

- La ética de y los niños: es un tema controversial y esto da lugar a ciertas reglamentaciones.
- Las regulaciones: se refiere a las leyes y normas que definan la forma en que los productos pueden ser objeto de publicidad en una región en particular.
- Las promociones y RRPP: es una herramienta o variable de la mezcla de promoción.
- Organismos que protegen al consumidor: la ley general de protección a los derechos del consumidor y el usuario.