



ACCION PROMOCIONAL
MAPA CONCEPTUAL 2 UNIDAD

KARINA MARICRUZ PEREZ
GOMEZ SANTIS ESTEBAN

6° CUATRIMESTRE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS

21/ 05/ 2020

RANCHERIA EL PROGRESO, MUNICIPIO DE LAS
MARGARITAS; CHIAPAS

**UNIDAD 2
LA PUBLICIDAD**

DEFINICION

Lugar importante para la empresa

Muchas empresas realizan sus gastos

RUSSEL Y LANE (1994)

Preguntas respondidas para lanzarlo

Consumidor compre el producto o servicio

FUNCIONES DE LA PUBLICIDAD

Se basa en objetivos específicos

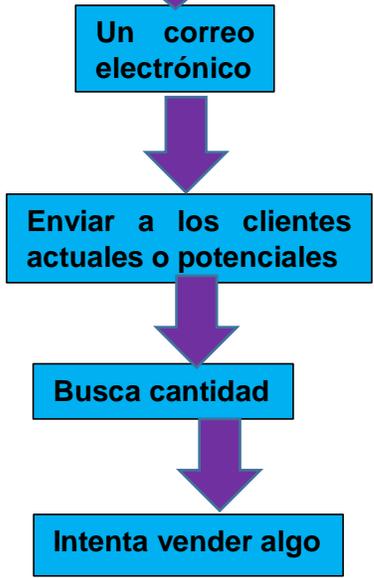
Comunicar y dar objetivo de mercadotecnia

2.1 El Marketing Directo

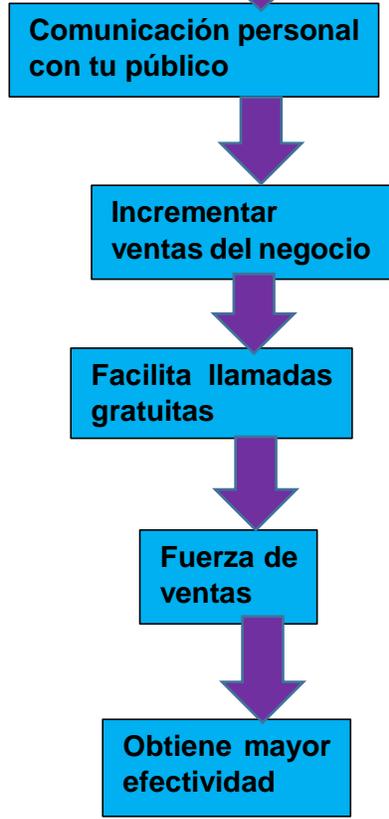
2.1.1. ELEMENTOS BASICOS



2.1.2. EL MAILLING



2.1.3. EL TELEMARKETING



2.2 Implicaciones económicas de la publicidad

2.2.1. PUBLICIDAD Y POLITICA ECONOMICA

La publicidad estimula

Consumo

Innovación

Competencia

Efecto del impulso sectorial

2.2.2. LAS CARACTERISTICAS ECONOMICAS DEL PRODUCTO PUBLICITARIO

Posee 6 características

Primero: necesita de patrocinador

Segundo: tiene un costo

Tercero: tiene como objetivo al publico

Cuarto: objetivos que cumplir

Quinto: utiliza medios masivos para su comunicación

- Informar
- Recordar y
- Persuadir

2.3 Los efectos de la publicidad sobre la demanda de la empresa

LA ETICA Y LOS NIÑOS

Tema controversial

Los niños aproximadamente 1500 horas al año

Tendrá que ser ajustar y los mensajes que envían en ellas

LAS PROMOCIONES Y LAS RRPP

Mezcla en la promoción

Corto plazo

Incrementar compra o venta

Facilitar el cumplimiento

LAS REGULACIONES

Leyes y normas

Región particular

Colocación, calendario y contenido

Países europeos no lo permiten