



UNIVERSIDAD DEL SURESTE (UDS)

Materia:

Acción Promocional

Trabajo:

Mapa conceptual

Carrera:

Licenciatura En Administración de Empresas

6to Cuatrimestre

Modulo: 1

Alumno:

Guillermo Antonio Jimenez Moreno

Lic.:

Pérez Guillen Karina Maricruz

21/05/2020

LA PUBLICIDAD

Es → Forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio.

Dividida en:

El Merchandising Directo

Los efectos sobre la demanda de la empresa

Lo dividimos en:

Elementos básicos

El Telemarketing

El mailing

- Situación de la empresa
- Público objetivo
- Conocer a la competencia
- Adaptación

La publicidad directa a los contactos que tienen en su base de datos

Comunicación personal con tu público objetivo a través del medio telefónico.

Implicaciones económicas

La publicidad no manipula, ni tampoco obliga, simplemente persuade.

Publicidad y Política Económica

Las características económicas del producto publicitario

Estimula el crecimiento del consumo, acelera la difusión de la innovación, promueve la competencia.

La publicidad

- Necesita de un patrocinador
- Tiene un costo
- Tiene un público objetivo
- Tiene objetivos que cumplir
- Utiliza medios masivos de comunicación