DOCENTE: GUILLEN PÉREZ KARINA MARICRUZ

MATERIA: ACCIÓN PROMOCIONAL

TRABAJO: MAPA CONCEPTUAL

ALUMNA: RUIZ DEARCIA BRENDA NALLELI

6º CUATRIMESTRE

FECHA DE ENTREGA: 23 DE AGOSTO DEL 2020

publicidad

El merchandising directo

Se basa en la definición de objetivos específicos.

2.1.1 elementos básicos

- Análisis
-plantear objetivos

- Dividir para vencer
- Adaptación

2.1.2 el mailing

Es publicidad directo

2.1.3 el telemarketing

Componente y una estrategia

- Es rápido
- interactividad

Implicaciones económicas de la publicidad

Se ha convertido en todo una industria .

2.2.1 publicidad y política económica

-consumo
- Innovación
- Competencia

- Efecto del impulso sectorial

2.2.2 las características económicas del producto publicitario

- Necesita de un patrosinador

- Tiene costo
- Publico objetivo

-objetivos de cumplir

- Utiliza medios masivos de comunicación

Los efectos de la publicidad sobre la demanda de la empresa

La ética y los niños

Las regulaciones

Las promociones y las RRPP(relaciones publicas)

Organismos que protegen al consumidor