



Universidad del Sureste UDS

Catedrático: Karina Maricruz Pérez Guillen

Materia: acción promocional

Nombre del alumno: José Artemio Morales Espinosa

Trabajo: mapa conceptual

Carrera: Administración de empresas

Grado: 6 cuatrimestre

Fecha /23/05/202

La publicidad

Elementos básicos

Análisis de la situación de la empresa

Donde está el objetivo y el público

Conocer la competencia
plantear objetivos

Dividir para vencer

El telemarketig

El telemarketig es una comunicación personal con tu público y objetivo

A través del medio telefónico que ofrece múltiples ventajas para incrementar las ventas

El mailing

Es la publicidad directo que envía a las empresas a los contactos que tienen en su base de datos

El envío de correos siempre tienen un objetivo claro. Sam. es un correo no deseado

Buzón se trata el reporte de folletos. Publicitarios o propaganda

Publicidad y política económicas

Cuatro aspectos que revierten la economía

Consumo, innovación, competencia, efectos de impulso

Aun cuando la publicidad representa para las empresas una inversión de gran importancia

Implicaciones económicas de publicidad

La publicidad se ha convertido, indudablemente en toda una industria que genera movimiento económico

En América latina ha visto crecer la industria en los últimos años y entre otras cosas se globaliza de mercados

Los efectos de la publicidad sobre la demanda de la empresa

La publicidad cuenta con una fuerza en todos los ámbitos del mundo en generar la publicidad. No manipula ni tan poco obliga

Características económicas del producto público

La publicidad necesita patrocinadores

La publicidad tiene costo

La publicidad tiene un público y un objetivo

La publicidad tiene un objetivo por competir

La publicidad utiliza medios masivos de comunicación

Actual de nuestra economía necesita disponer de un sistema de anuncios la existencia en los mercados de determinados productos y servicio