

# **MAPA CONCEPTUAL “LA PUBLICIDAD”**

**ACCION PROMOCIONAL**  
Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga

**PRESENTA EL ALUMNO:**

**Leydi Rocxana López Matías**

**GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:**

**6to. Cuatrimestre “D” Administración de Empresas  
Semiescolarizado**

**Frontera Comalapa Chiapas**

**03 de Julio del 2020**



# LA PUBLICIDAD

¿QUE ES?

Se diseña para predisponer al consumidor para que compre un producto o un servicio.

## EL MERCHANDISING DIRECTO

¿QUE ES?

Es un sistema interactivo de marketing que utiliza unomás medios publicitarios para conseguir una determinada transacción económica

Las características y ventajas del marketing directo frente a los sistemas tradicionales de promoción y venta

SON:

Es medible, es personalizable, Fidelización, es interactivo, crea bases de datos

### Elementos Básicos

SON:

- Análisis de la situación
- Donde está el público objetivo
- Conocer a la competencia
- Plantear objetivos
- Dividir para vencer
- Adaptación
- Ejecución

¿QUE ES?

Se basa en enviar correos electrónicos a clientes actuales o potenciales

### Diferencia entre Spam y Buzoneo

Spam

Es el correo no deseado

Buzoneo

Se trata de reparto de propaganda

¿QUE ES?

Comunicación personal con el público objetivo a través del medio telefónico

### Ventajas

SON:

- Rapidez
- Interactividad
- Flexibilidad
- Servicio al cliente
- Sustituto eficiente
- Obtención de información

## IMPLICACIONES ECONOMICAS DE LA PUBLICIDAD

### Publicidad y Política económica

Influencia de la publicidad en cuatro aspectos que rewerten como motor de economía

SON:

- Consumo
- Innovación
- Competencia
- Efecto del impulso sectorial

### Las Características económicas del producto publicitario

SON:

- Primero: Necesita un patrocinador
- Segundo: Tiene un costo
- Tercero: Tiene un número objetivo
- Cuarto: Tiene objetivos que cumplir
- Quinto: Utiliza medios masivos de comunicación

## LOS EFECTOS DE LA PUBLICIDAD SOBRE LA DEMANDA DE LA EMPRESA

### La ética y los niños

La publicidad dirigida al segmento de los niños tiene ciertas regulaciones, tienen que ajustar su publicidad con lenguaje adecuado

### Las regulaciones

Se refiere a las leyes y normas que definen la forma en que los productos pueden ser objeto de publicidad en una región particular

### Las promociones y las RRPP (relaciones públicas)

Consiste en incentivos a corto plazo a los consumidores

### Organismos que protegen al consumidor

Organismos que se encargan de orientar y garantizar los derechos de los consumidores y usuarios