

**Publicidad y relaciones públicas**

**RELACIONES PUBLICAS**

ING, ANGELA ZA VALETA VILLATORO

**PRESENTA EL ALUMNO:**

**JOSÉ ALBERTO HERRERA VAZQUEZ**

**GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:**

**7mo Cuatrimestre “D” LAE Semiescolarizado**

**Frontera Comalapa, Chiapas**

**06/Diciembre/2020**

# Publicidad

SE DIVIDE EN

## Publicidad

ES

La publicidad es cualquier forma pagada de representación y promoción no personales acerca de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.

## Principales decisiones de publicidad

### Establecimientos de objetivos

- Objetivos de comunicación
- Objetivos de ventas

### Descripción de presupuesto

- Metodo contable
- Porcentaje de ventas
- Paridad competitiva
- Objetivo y tarea

### Decisiones de medios

### Decisiones de mensaje

- Estrategia de mensaje
- Ejecución del mensaje

- Alcance, frecuencia, impacto
- Principales tipos de medios
- Vehículos específicos de medios
- Momentos de presentación de los medios

### Evaluación de la publicidad

- Impacto de la comunicación
- Impacto en las ventas y en la utilidad
- Rendimiento en publicidad

## Establecimiento de los objetivos de publicidad

ES

Un objetivo de publicidad es una tarea de comunicación específica que se realiza con un público meta específico, durante un tiempo específico.

### publicidad informativa

Se utiliza cuando se introduce una nueva categoría de producto

### publicidad persuasiva

Cobra mayor importancia conforme aumenta la competencia para crear una demanda

### publicidad de recordatorio

Es importante para los productos maduros, ayuda a conservar las relaciones con los clientes y mantiene a los consumidores pensando en el producto.

## Desarrollo de la estrategia promocional

ES

La estrategia promocional es aquella que utiliza la compañía para lograr sus objetivos de publicidad

### creación de mensajes publicitarios

### La selección de los medios de comunicación publicitarios

## Selección de medios publicitarios

Al decidir el momento de presentación en los medios, la persona que hace la planeación debe tomar en cuenta

- Las temporadas
- El patrón de los anuncios

### Selección de vehículos de comunicación

La selección de vehículos de comunicación implica decisiones para presentar los medios de forma eficaz y efectiva a los clientes meta

