

Acción Promocional

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Acción Promocional

Licenciatura en Medicina Veterinaria y zootecnia

Sexto Cuatrimestre

Juan Jesús Agustín Guzmán

Jenifer Alejandra López Vicente

UNIDAD 2

Implicaciones económicas de la publicidad.

la publicidad tiene un efecto importante en la disminución del precio de productos y servicios, debido a que, al existir un mercado de libre competencia

empresas requieren, para competir, mantener sus precios en el promedio de mercado, no pueden incrementarlos de manera arbitraria, ya que el consumidor conoce otras opciones.

Publicidad y Política Económica

la publicidad representa, para las empresas, una inversión de gran importancia, paradójicamente, muy poco se conoce sobre su rol económico de mayor alcance.

publicidad en cuatro aspectos que revierten como motor de economía: Consumo, Innovación, Competencia, y Efecto del Impulso Sectorial. La publicidad estimula el crecimiento del consumo, acelera la difusión de la innovación, promueve la competencia

Las características económicas del producto publicitario.

, objetivos de la promoción, son: Informar, recordar y persuadir.

Los efectos de la publicidad sobre la demanda de la empresa.

hay un seguimiento muy estricto por parte de organismos públicos y privados en cuanto a lo que se difunde con propósitos publicitarios, para verificar que cumple con las normas establecidas.