



**Nombre de alumnos: Raúl Eduardo Jiménez Gómez**

**Nombre del profesor: Karina Maricruz Pérez Guillen**

**Nombre del trabajo: súper nota**

**Materia: Relaciones publicas**



**Grado: septimo cuatrimestre**

Muchos dueños de empresas están renuentes a utilizar publicidad por el no saber hasta qué punto serían rentables los beneficios de la misma

# ¿PUBLICIDAD

## EN LOS TIEMPOS DEL COVID-19?

La medición de la eficacia publicitaria debe ser una responsabilidad de la empresa, ya que es muy difícil que las agencias publicitarias sean completamente objetivas en su evaluación

Por eso conviene estudiar el mercado e investigar los gustos de los consumidores, así como los medios de comunicación que consumen cada uno de ellos con mayor o menos frecuencia (y en qué momentos del día), y sobre todo el efecto que la publicidad emitida en diversos medios tiene sobre ellos.