



Mi Universidad

Súper nota

Alumno: Pérez Girón Kevin.

Tema: Tipos De Publicidad.

Parcial: 3°.

Materia: Mercadotecnia nutricional.

Profesor: Gerardo Garduño Ortega.

Licenciatura: Nutrición.

Cuatrimestre: 8°.

Comitán de Domínguez Chiapas a 01 de marzo de 2022

tipos de publicidad

CON TEXTO ESCRITO ÚNICAMENTE, SIN ILUSTRACIONES

1

- Forma más simple de anuncio.
- Dificultad de atraer la atención, al no presentarse imágenes.
- Emplea letras muy grandes o pequeñas, con espacios en blanco, y capacidad de transmisión del mensaje únicamente con texto.



2

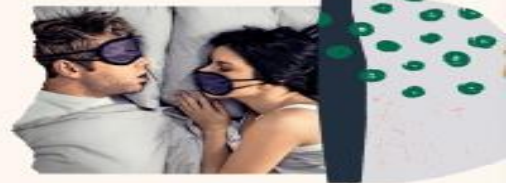
CON ILUSTRACIONES CON O SIN PERSONAS.

- Las ilustraciones objetos, animales o personas tienen mayor capacidad de comunicación.

UTILIZANDO EL HUMOR

3

- Evade la vulgaridad. -Debe estar relacionado con el producto anunciado y los beneficios que proporciona



4

UTILIZANDO EL EROTISMO

Se usa fundamentalmente en productos de belleza e higiene femenina. -Para cualquier tipo de producto, femenino y/o masculino.

CON AGRESIVIDAD O IMÁGENES VIOLENTAS.

5

- El uso de la agresividad en los anuncios es creciente. -Algunas marcas la han utilizado de forma sistemática.



DEMOSTRACIONES

De carácter dramático, sobre la duración, resistencia, grado de aceptación de un producto.
-Puede emplear publicidad comparativa.

1



APORTANDO TESTIMONIOS.

Emplea a una persona acreditada, experto o personaje famoso, o usuario del producto que apoya el uso del producto.

2

A mí me gusta la piel de la mujer

PRESENTANDO O CONTANDO HISTORIAS.

Consiste en narrar un hecho real o figurado relacionado con el producto anunciado. -Cuenta el desarrollo del producto, proceso de fabricación o evolución de las características . - Tipos: Publireportaje (televisión), y spot.

3



EXPONENDO LOS USOS DEL PRODUCTO Y LOS PROBLEMAS QUE SOLUCIONA

-Describe características del producto, usos posibles, beneficios que aporta, o ventajas que posee. -Efectúa una propuesta única de venta (diferencial o competitiva).

4

MOSTRANDO MOMENTOS O ESCENAS DE LA VIDA

-Dramatiza una situación o problema real que se soluciona con el uso del producto. -Emplea ventajas y motivos de preferencia

5



ESTILOS DE VIDA

- Trata establecer una asociación entre el producto y la situación.
- Emplean segmentos del mercado con situaciones del estilo de vida.
- Permite que el destinatario se identifique.



1

ANALOGÍAS

- Busca la asociación de ideas.

2

Los anuncios publicitarios



FANTASÍA

- Forma de asociación.
- Expresa situaciones fantásticas, irreales o sueños que identifiquen esperanza y/o deseos.



3

RECORDATORIO

- Cuando el producto es sobradamente conocido, con la finalidad de recordar la permanencia del producto.
- Emplea fotografías atractivas, en forma de bodegón o still life.

4

ANIMACIÓN

- La inclusión de un dibujo en una imagen real es efectiva.
- Se emplean en un servicio, idea o iniciativa.v

5



INSTRUCTIVOS O EDUCATIVOS.

1

- Informan sobre la forma de uso del producto y modalidades alternativa. - Señala a pronunciar correctamente el nombre de la marca



2

UTILIZANDO EL MIEDO.

Sigue contándolo como si fuese una historia. ¿Cuál fue el siguiente evento? Agrega más detalles, pero sé breve.



3

ANUNCIO SOBRE PROMOCIONES

- Informa y apoya a concursos, premios, regalos, rebajas o descuentos.



4

CREANDO SUSPENSO



5

ANUNCIOS COMPARTIDOS

REFERENCIAS
REFERENCIAS : SANTESMASES MESTRE, M. (2015). FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA. GRUPO EDITORIAL PATRIA.