



Mi Universidad

SÚPER NOTA

Nombre del Alumno: Viviana Moreno Aguilar.

Nombre del tema: Tipos de publicidad.

Parcial: Tercer parcial.

Nombre de la Materia: Mercadotecnia nutricional.

Nombre del profesor: Gerardo Garduño Ortega.

Nombre de la Licenciatura: Nutrición.

Cuatrimestre: Octavo cuatrimestre.

Comitán de Domínguez Chiapas a 25 de febrero de 2022.

TIPOS DE PUBLICIDAD

CON TEXTO ESCRITO ÚNICAMENTE, SIN ILUSTRACIONES

-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.



CON ILUSTRACIONES CON O SIN PERSONAS.

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



UTILIZANDO EL HUMOR

-Evade la vulgaridad.

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



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 IMAGENS VIOLENTAS.

-El uso de la agresividad en los anuncios es creciente.

-Algunas marcas la han utilizado de forma sistemática.

CON ACOMPAÑAMIENTO MUSICAL O CANCIÓN.

-Facilitan el recuerdo del mensaje.

-A veces, se usa la melodía de una determinada canción, como nexo de unión de las distintas campañas publicitarias.

DEMOSTRACIONES

-De carácter dramático, sobre la duración, resistencia, grado de aceptación de un producto.

-Puede emplear publicidad comparativa.



APORTANDO TESTIMONIOS.

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



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.



EXPONRIENDO 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).



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.



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.



ANALOGÍAS

- Busca la asociación de ideas.



FANTASÍA.

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



RECORDATORIO

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



ANIMACIÓN

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



INSTRUCTIVOS O EDUCATIVOS.

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



UTILIZANDO EL MIEDO.

- Emplea presentaciones catástrofes, accidentes, enfermedades y situaciones de peligro o riesgo, sobre drogas y otros problemas sociales.



ANUNCIO SOBRE PROMOCIONES.

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



CREANDO SUSPENSO.



ANUNCIOS COMPARTIDOS.



Referencias :

Santesmases Mestre, M. (2015). *Fundamentos de mercadotecnia*. Grupo Editorial Patria.