



**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.

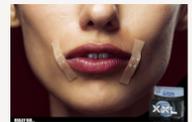
-Debe estar relacionado con el producto anunciado y los beneficios que proporciona.



## 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  
EDUCTIVOS.

- 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.