

 BRANDON CHANG A.

PROFESOR: JUAN JESUS AGUSTIN GUZMAN

MATERIA: ACCION PROMOSIONAL

SEXTO CUATRI



 MAPA CONCEPTUAL



La publicidad estimula el crecimiento del consumo, acelera la difusión de la innovación, promueve la competencia y, a su vez, el dinamismo inherente en el sector de la publicidad impulsa el índice del crecimiento promedio del PIB.

Es decir, la publicidad sirve para influir en su comportamiento dándole información sobre

algo, que puede ser un bien o servicio por lo general.

LA PUBLICIDAD

Los efectos de la publicidad sobre la demanda de la empresa

Las características económicas del producto publicitario

Publicidad y Política Económica

Indicaciones económicas de la publicidad

Un anuncio es un soporte visual, auditivo o audiovisual de breve duración que transmite un mensaje, generalmente centrado en una idea o un hecho concreto, con fines publicitarios.

Mediante esa comunicación impersonal, la publicidad trata de persuadir para comprar un producto, servicio o marca, darlo a conocer o transmitir una imagen sobre el mismo. Es decir, la publicidad sirve para influir en su comportamiento dándole información sobre algo, que puede ser un bien o servicio por lo general.

El principal efecto que busca la publicidad es influir sobre la

demanda. No obstante, se requiere una valoración más detallada para afirmar el efecto de la primera sobre la segunda, dado que se ha observado que la publicidad incide sobre la demanda y que

la demanda incide sobre la publicidad.

La tarea principal de la publicidad es llegar a la mayor cantidad de clientes que permita influir en su conciencia, actitud y comportamiento al momento de realizar una compra, por lo que, para tener éxito, las empresas deben hacer que el proceso de comunicación de marketing sea efectivo.