

UNIVERSIDAD DEL SURESTE
CAMPUS TAPACHULA
MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA.

6to cuatrimestre.

NOMBRE DEL DOCENTE:

ING. JUAN JESUS AGUSTIN

MATERIA:

ACCION PROMOCINAL

ACTIVIDAD:

MAPA CONCEPTUAL.

NOMBRE DEL ALUMNO:

DAYANNE VAZQUEZ OLIVO.

FECHA DE ENTREGA:

DOMINGO 12 JUNIO 2022.



UNIDAD 2 LA PUBLICIDAD

IMPLICACIONES ECONOMICAS DE LA PUBLICIDAD

La publicidad se ha convertido, indudablemente, en toda una industria que ha generado movimientos económicos en los países donde se ha desarrollado.

La publicidad contribuye a sustentar el empleo y el ingreso porque ayuda a mantener el flujo de la demanda (estimulando las compras). Normalmente, cuando decaen los ciclos de negocios, las compañías recortan el presupuesto destinado a la publicidad.

Incremento del PIB:

Cuando una actividad económica como la publicidad tiene éxito y la industria se desarrolla, se refleja de manera inmediata en el producto interno bruto (PIB) del país donde esto sucede.

El PIB de un país refleja con claridad su situación económica. Como es sabido, los países latinoamericanos han logrado mantener un crecimiento constante en sus respectivos PIB, debido a la inestabilidad económica, política y social que impera en ellos.

PUBLICIDAD Y POLITICA ECONOMICA

La publicidad forma parte del proceso económico en nuestro sistema, como una herramienta de comercialización.

La publicidad constituye el instrumento de comunicación necesario, eficaz y rápido, para contactar con el proceso productivo a enormes audiencias de consumidores potenciales.

- ♥ Esta ofrece grandes beneficios al consumidor y la sociedad. Sobre todo, mejora la capacidad de elección, simplifica los procesos de compra y estimula la innovación comercial.

LAS CARACTERISTICAS ECONOMICAS DEL PRODUCTO PUBLICITARIO

la publicidad es una forma de comunicación impersonal de largo alcance porque utiliza medios masivos de comunicación, como la televisión, la radio, los medios impresos, internet, etc., y cuyas características que la distinguen de los otros elementos del mix de promoción.

son las siguientes:

La publicidad necesita de un patrocinador.

La publicidad tiene un costo.

La publicidad tiene un público objetivo.

La publicidad tiene objetivos que cumplir:

- ♥ Informar.
- ♥ Recordar.
- ♥ persuadir.

La publicidad utiliza medios masivos de comunicación.