



TEMA: UNIDAD 2 LA PUBLICIDAD

MATERIA: ACCION PROMOCIONAL

PROFESOR: JUAN JESUS
AGUSTIN GUZMAN

ALUMNO: PAOLA RUIZ VASQUEZ



LA PUBLICIDAD

❖ Implicaciones económicas 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

- ❖ Incremento de la demanda de productos
- ❖ Incremento del PIB
- ❖ Disminución de precios de mercado

❖ Publicidad y política económica

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 promedio del PIB

❖ Las características económicas del producto publicitario

La publicidad es una forma de comunicación impersonal de largo alcance porque utiliza medios masivos de comunicación

- ❖ La publicidad necesita de un patrocinador
- ❖ La publicidad tiene un costo
- ❖ La publicidad tiene un público objetivo
- ❖ La publicidad tiene objetivos que cumplir, que es informar, recordar y persuadir

❖ Los efectos de la publicidad sobre la demanda de la empresa

Hay un seguimiento muy estricto por parte de organismos públicos y privados en cuanto a lo que se difunde con propósitos publicitarios, para verificar que cumple con las normas establecidas