

Nombre de alumno: Sergio Ramón Rodríguez Mandujano

Nombre del profesor: Gerardo Garduño Ortega.

Nombre del trabajo: Estos publicitarios.

Materia: Acción promocional.

Grado: 6°

Grupo: Medicina veterinaria y Zootecnia

LOS ESTILOS PUBLICITARIOS



EL ESTILO PUBLICITARIO ES LA MANERA DE EXPRESAR EN EL MENSAJE.

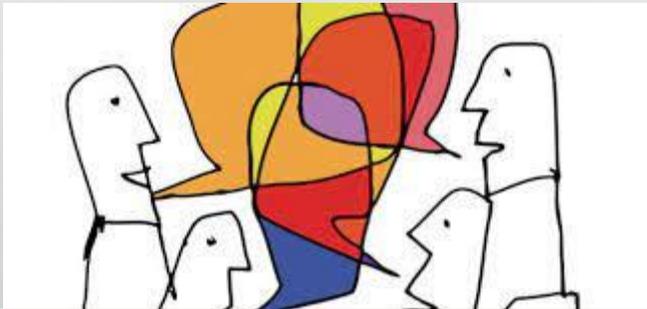
SE REFIERE TANTO A LAS CARACTERÍSTICAS DEL MENSAJE COMO AL TONO O FORMA DE APELAR EL DESTINATARIO.



- **PRINCIPALES ESTILO PUBLICITARIA**
- **CON TEXTO ESCRITO ÚNICAMENTE, SIN ILUSTRACIONES.**
- **CON ILUSTRACIONES CON O SIN PERSONAS.**
- **UTILIZADO EL HUMOR.**
- **UTILIZANDO EL EROTISMO.**
- **CON AGRESIVIDAD O IMÁGENES VIOLENTAS.**
- **CON ACOMPAÑAMIENTO MUSICAL O CANCIONES.**

PRESENTANDO O CONTANDO HISTORIAS.

**EXPONRIENDO LOS USOS DEL PRODUCTO Y LOS
PROBLEMAS QUE SOLUCIONAN.**



- **MOSTRANDO MOMENTOS O ESEECENAS DE LA VIDA.**
- **DEMOSTRACIONES**
- **APORTANDO TESTIMONIOS**
- **ESTILOS DE VIDAS.**
- **ANALOGIAS**
- **FANTASIAS**
- **RECORDATORIO.**

ANUNCIOS COMPARTIDOS



- **ANIMACIONES**
- **INDUSTRICATIVO O EDUCATIVOS**
- **CREANDO SUSPENSO UTILIZANDO EL MIEDO**

UTILIZANDO EL MIEDO.



ANUNCIOS DE SOBRE PROMOCIONES.

- **MEDIOS DE PUBLICIDAD**

- **MEDIO DE SOPORTE.**

EL MEDIO PUBLICITARIO ES EL CANAL DE COMUNICACIÓN MASIVA A ATRAVES EL CUAL SE TRANSMITE EL MENSAJE, POR EJEMPLO LA TELEVISIÓN, LA PRENSA, RADIO,ETC.

EL SOPORTE.

ES EL VEHÍCULO ESPECÍFICO DE UN MEDIO PUBLICITARIO UTILIZADO PARA LA COMUNICACIÓN POR EJEMPLO TELEVISA Y TV AZTECA, EN EL MEDIO DE TELEVISIÓN, EL PERIÓDICO REFORMA O EL FINANCIERO EN LA PRENSA DIARIA, ETC.

