



**Nombre de alumnos:**

**Karenn Lucía González**

**Nombre del profesor:**

**Lic. Gerardo Garduño**

**Nombre del trabajo:**

**Súper r Nota**

**Materia: Acción**

**promocional**

**Grado: 6o**

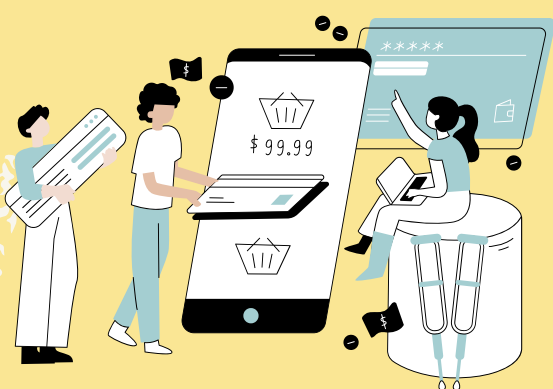
**Grupo: Medicina**

**veterinaria y Zootecnia**

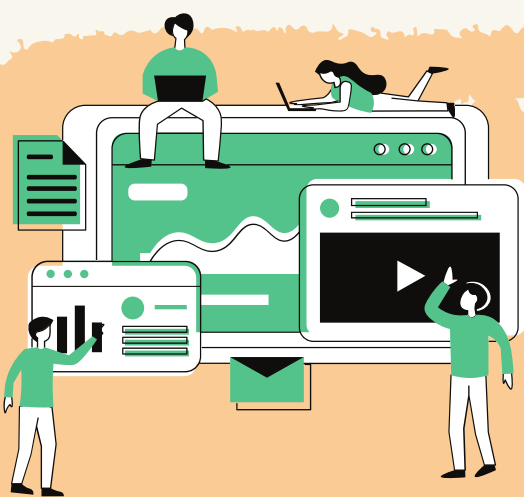
---



# Estilos publicitarios



Principios: Contexto escrito inicialmente, sin ilustraciones. forma más simple de realizar un anuncio. es difícil lograr atención, al no prestar atención.



- Fundamentos de la mercadotecnia:- Con ilustraciones: dibujos o fotografías, tienen mayor capacidad de comunicación que las palabras solas.
- 2.- Utilizando humor: El humor no tiene que ser vulgar y ha de estar relacionado con el producto anunciado
- 3.- Erotismo: especialmente de la mujer, para belleza o higiene femenina.
- 4.- agresividad o imágenes violentas: el uso de estas es creciente.
- 5.- acompañamiento musical o canción: las canciones facilitan el recuerdo del mensaje.
- 6.- presentando o contando o historia: consiste en narrar un hecho real o figurado relacionado



- Mostrando momentos o escenas de la vida: En este tipo de anuncios se dramatiza una situación o un problema real.
- Demostraciones: Se pone de manifiesto, de forma dramática, alguna característica del producto: duración, resistencia, grado de aceptación.
- aportando testimonios: implica utilización de una persona acreditada, un experto o personaje famoso.
- estilos de vida: Se muestran situaciones protagonizadas por segmentos de mercado con determinación de estilos de vida.
- analogías: de utilizarse para transmitir una sensación agradable.
- Fantasías: forma de asociació. estilo crea una fantasía acerca del producto.



comunicación integral de mercados publicidad y relaciones públicas:

- animación: pueden ser inapropiado cuando es necesaria una representación real del producto.
- Instructivo o educativos: informar sobre la forma del uso del producto.
- creando suspenso: La intriga puede generarse sobre el producto, el anunciante o sobre situaciones o acontecimientos determinados.
- Utilizando el miedo: presentando catástrofes, accidentes.
- Anuncios sobre promociones: En ellos se informa y se da apoyo a promociones de venta, tales como concursos, premios, regalos, rebajas o descuentos.