

## **ENSAYO**

**MAPA CONCEPTUAL**  
Icel Bernardo Lepe Arriaga

**PRESENTA EL ALUMNO:**

**Alejandro Pat Rodríguez**

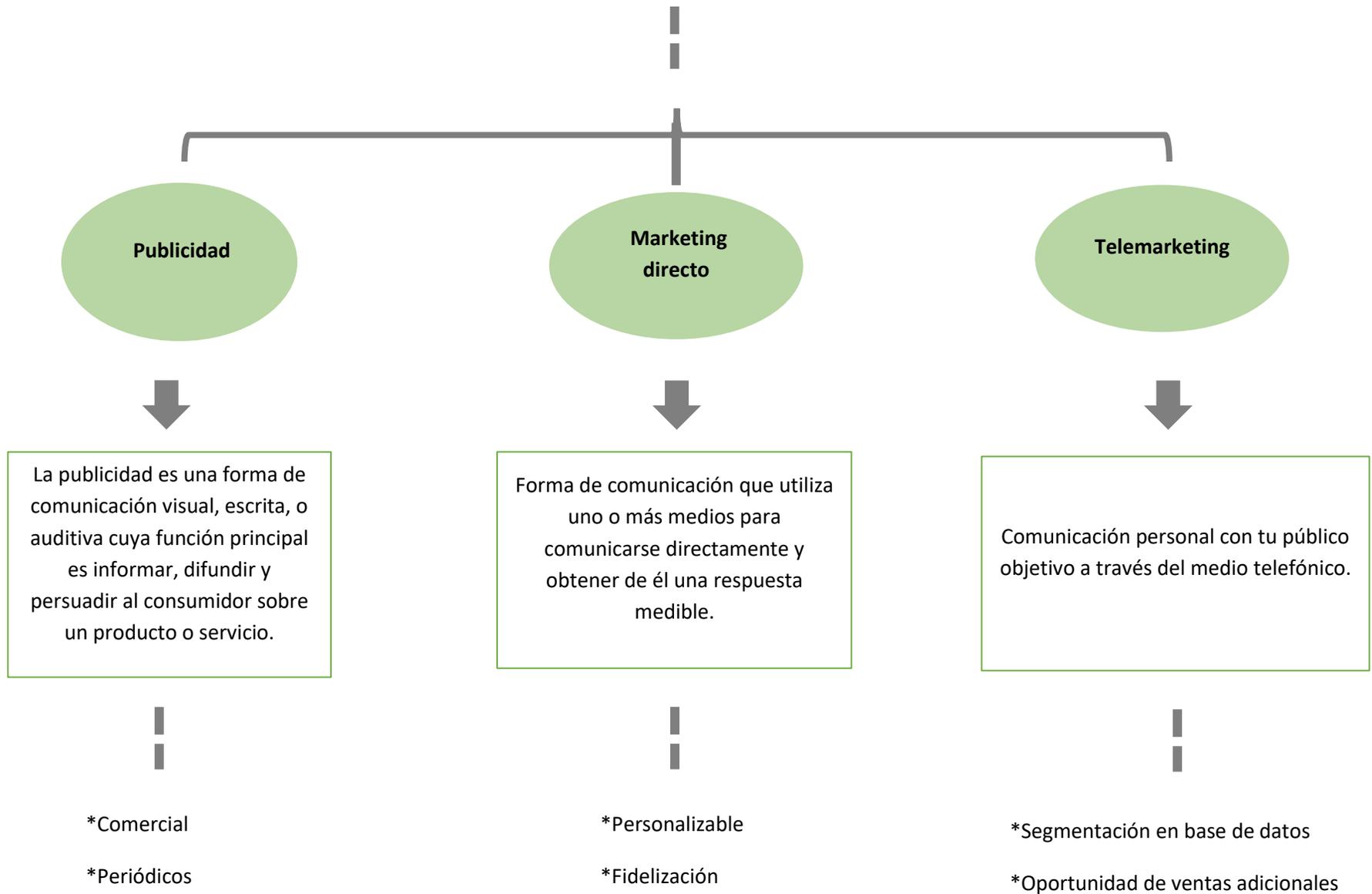
**GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:**

**6° Administración de Empresas**

**Frontera Comalapa, Chiapas**

**Julio, 2022**

# La publicidad



# Publicidad

## Elementos básicos

Analizar la empresa

Publico objetivos

Plantear objetivos

Analizar la situación de la empresa desde todos los puntos posibles.

Estudio de los potenciales clientes.

Se basan los diferentes pasos a dar en cada momento.

\*Entorno económico

\*Medios apropiados

\*Conocer redes sociales donde invierten su tiempo

\*Objetivos claros y específicos

# Publicidad

## El mailing

Mailing

Spam

Buzoneo

Publicidad directo que envían las empresas a los contactos que tienen en su base de datos.

Es el correo no deseado.

Reparto de folletos publicitarios o propaganda que se distribuyen a mano por los buzones.

\*Correo electrónico

\*Mensajes en cadena

\*Mercadotecnia directa

# Publicidad

## Publicidad y política económica

Consumo

Innovación

Competencia

Sectores en los cuales las inversiones en publicidad son las más elevadas los cuales el consumo crece más en términos de volumen.

Inversión más alta que el promedio, también son aquellos sectores en los cuales el crecimiento del valor añadido es más alto

Aquellos sectores en los cuales el índice de inversión en publicidad es más alto.

\*Crecimiento económico

\*Sectores al crecimiento

\*Empresas del mercado menos rígida

# Publicidad

## Las características económicas del producto publicitario

Necesitan un patrocinador

Tienen un costo

Publico objetivo

Alguien interesado en informar o persuadir a un público objetivo, acerca de sus productos, servicios.

Varía de acuerdo con el tipo de medio de comunicación que se va a emplear.

Medios de comunicación masivos, también va dirigida hacia un segmento en particular.

\*Comunicación interesada

\*Periódico local

\*Región geográfica

\*Hombres, mujeres. Niños...