



*Nombre del Alumno: JERIEL HEZRAI CLEMENTE BISTRAIN*

*Nombre del tema: SUPER NOTA DE "PUBLICIDAD"*

*Parcial: 1a UNIDAD*

*Nombre de la Materia: ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA*

*Nombre del profesor: GARDUÑO ORTEGA GERARDO*

*Nombre de la Licenciatura: ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIA DE VENTAS*

*Cuatrimestre: 7º CUATRIMESTRE*

*Lugar y Fecha de elaboración: COMITÁN DE DOMÍNGUEZ, CHIAPAS*

*22 DE SEPTIEMBRE DE 2022*



## TIPOS DE PUBLICIDAD

SOLO CON TEXTO: NIKE "JUST DO IT"

CON ILUSTRACIONES: MARVEL

UTILIZANDO EL HUMOR: POLLOS "BACHOCO"

UTILIZANDO EL EROTISMO: CALVIN KLEIN

CON AGRESIVIDAD E IMÁGENES VIOLENTAS: CIGARROS "MARLBORO"

EXPONIENTE LOS USOS DEL PRODUCTO Y LOS PROBLEMAS QUE SOLUCIONAN: PASTA DENTAL "COLGATE"

SLICE OF LIFE: APPLE IPHONE

DEMOSTRACIONES: SHAMPOO "HEAD AND SHOULDERS"

APORTANDO TESTIMONIOS: POMADA PARA PIE DE ATLETA "SILKA MEDIC"



Mercadotecnia



Proceso (marketing mix)

- 1.- PRODUCTO
- 2.- PRECIO
- 3.- PLAZA
- 4.- PROMOCIÓN (PUBLICIDAD, PROPAGANDA, PROMOCIÓN DE VENTAS)



**ATL (ABOVE THE LINE)**

- + Se orienta en publicitar en medios de comunicación masiva
- + Generalmente no segmenta al mercado o va dirigido a un amplio sector de este
- + Utilizan a la TV, radio, periódicos, revistas, etc.
- + El mensaje es directo para impactar lo mayor posible

**PUBLICIDAD**

Es toda transmisión de información impersonal y remunerada, efectuada a través de los medios masivos de comunicación (prensa, radio, televisión, etc.) mediante anuncios o inserciones pagados por el vendedor y cuyo mensaje es controlado por el anunciante.

### SE DIVIDE EN

**BTL (BELOW THE LINE)**

- ★ Este tipo de publicidad va dirigido a un target muy específico
- ★ No utilizan medios de comunicación "habituales"
- ★ En este tipo de publicidad, la creatividad, sorpresa, ingenio, etc. Son los principales elementos a resaltar

**¿QUÉ ES LA PROMOCIÓN?**

Es el paso dentro del proceso de la mercadotecnia que incluye a la **publicidad, promoción y propaganda**, a bien de dar a conocer productos o marcas, imagen de personalidad y/o fomentar la compra por parte de los consumidores potenciales



**PROPAGANDA**

Información difundida a través de los medios de comunicación masiva. Pero a diferencia de la publicidad, no es el vendedor quien controla el mensaje, sino el medio de comunicación u otras personas.

Del mismo modo, este tipo de comunicación no busca una finalidad de lucro.



**PROMOCION**

La promoción de ventas es aquel conjunto de actividades que, mediante la utilización de incentivos materiales o económicos (premios, regalos, cupones, descuentos, mayor cantidad de producto, etc.) tratan de estimular de forma directa e inmediata la demanda a corto plazo de un producto.

