



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

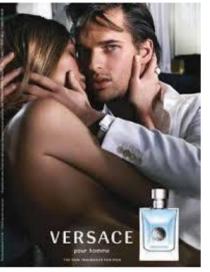
CON AGRESIVIDAD E IMÁGENES VIOLENTAS: CIGARROS "MARLBORO"

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.

