



# **UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**Nombre: Edgar Caleb Najera Moreno**

**Catedratico: Dayanne Vazquez Olivo**

**Materia: Accion Promocional**

# PUBLICIDAD



1

## ¿QUÉ ES?

Transmisión de información impersonal y remunerada, mediante un medio de comunicación dirigida a un público objetivo, en la que se distingue al emisor con una finalidad determinada que trata de estimular la demanda de un producto.

2

## IMPORTANCIA

Es una herramienta fundamental que permite que las empresas se puedan comunicar con sus clientes eventuales. Da a conocer el producto o servicio y crear un deseo por ellos, mejorar la imagen de la empresa, anunciar nuevos productos o servicios.

3

## VENTAJAS

Algunas de las ventajas son:

- 1-Incrementar la presencia de la marca
- 2-Resaltar sobre la competencia
- 3-Atraer y retener clientes
- 4-Educar a los clientes sobre la empresa
- 5-Mejorar la imagen de la marca

4

## ELEMENTOS

Algunos de los elementos son:

1. Emisor: Autor que emite la publicidad.
2. Mensaje: Contenido de la publicidad.
3. Receptor: Público al cual va dirigido la
4. publicidad
5. Medio: Canal por el cual se transmite el mensaje.
6. Objetivo: Indica el motivo

5

## P. OFFLINE

Conjunto de estrategias y procedimientos comunicativos que están destinados a desenvolverse en canales tradicionales como radio, televisión, prensa.

6

## P. ONLINE

Es una forma de mercadotecnia que utiliza Internet para dirigir los mensajes promocionales a los clientes.

# **Bibliografía**

**Antología UDS**

**Aprendido en Clase**