

Nombre: Eduardo Avendaño Moreno

Asignatura: Acción promocional

Tema: Publicidad

Docente: María de Lourdes Domínguez

Cuatrimestre: 6to Cuatrimestre

## Concepto

Sirve para influir en su comportamiento dándole información sobre algo, que puede ser un bien o servicio por lo general. De esta manera, se persigue conseguir más compradores o seguidores. Es una de las múltiples herramientas que posee el marketing para llamar la atención de los futuros clientes.

## Objetivo

Destacar los puntos fuertes del producto para crear una sensación de necesidad en el consumidor, interés por adquirirlo o simplemente su recuerdo. La comunicación debe realizarse usando los medios de comunicación y otros canales de información cada vez más numerosos y variados debido al exponencial crecimiento digital que vivimos.

## Según el objetivo

Llamada a la acción: Su objetivo es persuadir para que se compre el producto o servicio o para que el cliente realice alguna acción que le acerque a esta compra.

Branding: Es el proceso de creación de una marca. Se refiere a todas las estrategias de marketing utilizadas para construir la identidad de una empresa.

## Publicidad

## Características

La inversión de publicidad en las empresas es muy importante.  
Debe ser planificada.  
Su objetivo es persuadir al consumidor.  
Puede ser digital o presencial.  
No solo tiene una función comercial.

## Tipos de publicidad

Publicidad online.  
Publicidad impresa.  
El boca a boca.  
Publicidad en el medio radiofónico.  
Publicidad en televisión.  
Vallas publicitarias.

Referencias

[Publicidad - Qué es, definición y concepto \(economipedia.com\)](http://economipedia.com)