UNIVERSIDAD DEL SURESTE
CAMPUS TAPACHULA

PASIÓN POR EDUCAR

MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

MATERIA: ACCION PROMOCIONAL.

MEDICO: MARIA DE LOURDES DOMINGUEZ FIGUEROA.

SEXTO CUATRIMESTRE.

ESTUDIANTE: ROLANDO DE JESUS CRUZ ROBLERO.

PUBLICIDAD

1 CONCEPTO

La publicidad es un conjunto de estrategias de comunicación diseñadas para compartir una solución comercial con un público de posibles consumidores.

2 OBJETIVO

La principal función de la publicidad es comunicar las estrategias de l marketing promocional se diseña para predisponer al consumidor para que compre un producto o un servicio

3 CARACTERISTICAS DE LA PUBLICIDAD

- Es identificable.
- Responde a una estrategia de marketing.
- Tiene un objetivo.
- Se dirige a un público determinado.
- Requiere inversión.
- Depende de la repetición.

4 TIPOS DE PUBLICIDAD

PUBLICIDAD IMPRESA: Publicidad impresa se refiere a los anuncios impresos en papel e incluidos en publicaciones (periódicos, revistas, etc.) que es probable que lea su público objetivo.
PUBLICIDAD URBANA: La publicidad urbana es aquella susceptible de ser encontrada en la vía pública. Por lo general la publicidad urbana es de tipo gráfico, recurriendo a mucho color para generar un alto impacto en la gente.

5

PUBLICIDAD DE TELEVISION: Es uno de los medios preferidos por las empresas y permite llegar a un público muy amplio. Lo utilizan sobre todo las grandes empresas porque tiene un coste de producción y ejecución muy elevado.
PUBLICIDAD DE RADIO: También es una forma que existe desde hace mucho tiempo. Los anuncios de radio son los que se escuchan en las pausas, entre dos emisiones.

6

PUBLICIDAD ONLINE: Se trata de la publicidad en Internet y ofrece muchas formas de llegar a nuestro público. Esto es lo que las empresas prefieren elegir porque hoy en día casi todo el mundo tiene acceso a Internet.