



UNIVERSIDAD DEL SURESTE
CAMPUS TAPACHULA



LICENCIATURA EN MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA
6° CUATRIMESTRE

NOMBRE DEL ALUMNO:
KEREN CECILIA MÉNDEZ MORENO

ACCIÓN PROMOCIONAL

NOMBRE DEL DOCENTE:
DOMINGUEZ FIGUEROA MARIA DE LOURDES

LA PUBLICIDAD



Concepto:

Es una forma de comunicación visual, escrita, o auditiva cuya función principal es informar, difundir y persuadir al consumidor sobre un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor.

Objetivo:

La publicidad tiene dos objetivos, de acuerdo con las preferencias del anunciante, sus objetivos, o las demandas del mercado:

En primera instancia, idealmente, la publicidad informa al consumidor sobre los beneficios de un determinado producto o servicio, resaltando la diferencia sobre otras marcas.

En segundo lugar, la publicidad busca inclinar por medios psicológicos la balanza motivacional del sujeto hacia el producto anunciado, de manera que crezca la probabilidad de que el consumidor adquiera el objeto o servicio anunciado gracias al anuncio.



Características:

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



Tipos de Publicidad:

- Publicidad 360
- Publicidad generada por usuarios
- Publicidad impresa
- Publicidad urbana
- Publicidad televisiva
- Publicidad auditiva
- Publicidad vía telefónica
- Publicidad por correo electrónico

