

**MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA**

MATERIA: ACCION PROMOCIONAL.

MEDICO: MARIA DE LOURDES DOMINGUEZ FIGUEROA.

SEXTO CUATRIMESTRE.

ESTUDIANTE: MENDEZ ABARCA SAYURI YAMILET.

## CONCEPTO

La publicidad es la herramienta tradicional directa del marketing, y tiene los objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado.



## OBJETIVOS DE LA PUBLICIDAD



## OBJETIVO

La publicidad es un instrumento de promoción. Por un lado, trata de informar sobre las características de un producto; por otro, trata de persuadir al consumidor para que varíe su conducta de compra.

## CARACTERÍSTICAS



Responde a una estrategia de marketing: La publicidad debe estar alineada con la estrategia de marketing general de una empresa.

Tiene un objetivo: La publicidad debe tener un objetivo claro, como generar conciencia, interés, deseo o acción.

Se dirige a un público determinado: La publicidad debe dirigirse a un público específico.

Requiere inversión: La publicidad requiere una inversión de tiempo y dinero.

Depende de la repetición: La publicidad suele ser más efectiva cuando se repite.

## TIPOS DE PUBLICIDAD

### PUBLICIDAD IMPRESA:

Se trata de la publicidad que se realiza con medios impresos como por ejemplo los periódicos, las revistas y los folletos.

### 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.

### 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.

### 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.