



Universidad del sureste

ACCION PROMOCIONAL
MATERIA

6B

CUATRIMESTRE Y GRUPO

MEDICO LOURDES DOMINGUES
CATEDRATICO

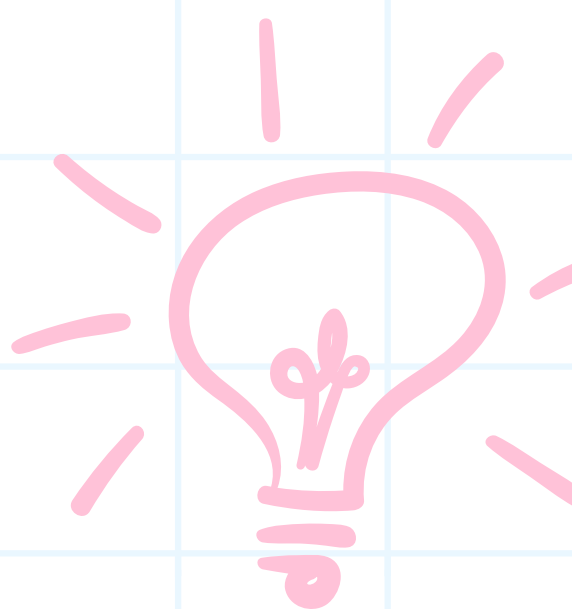
VANIA MARTINEZ LOPEZ
NOMBRE DE LA ALUMNA

LIC MEDICINA VETERINARIA ZOOTECNIA
CARRERA

PUBLICIDAD

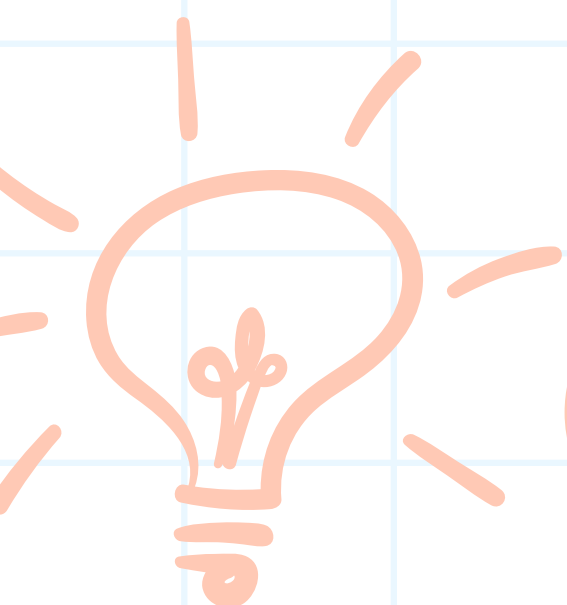
OBJETIVO

estimular la demanda de un producto y, de forma añadida, cambiar la opinión o el comportamiento del consumidor



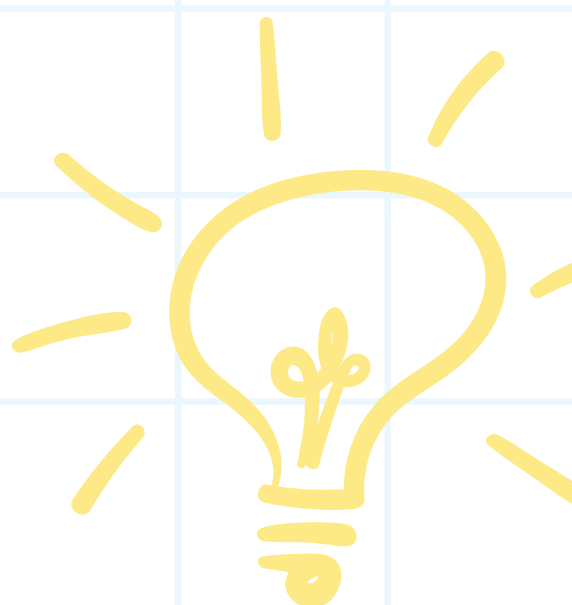
CONCEPTO

se comunica al consumidor de diversas maneras y que contiene información sobre un producto, un servicio, etc. Se realiza para promocionar productos con el fin de atraer la atención hacia el artículo anunciado



CARACTERÍSTICAS

Gracias a la publicidad, las personas tienen acceso a información sobre innovaciones, procesos y opciones que les ayudan a tomar decisiones sobre lo que consumen. Además de conocer marcas o productos, las audiencias aprenden sobre dónde vienen los componentes, cómo funcionan y las razones por las que deberían probarlos



TIPOS

Los periódicos y las revistas tienen una gran tasa de fidelidad (quien compra el periódico suele optar siempre por el mismo), aunque su tasa de alcance está disminuyendo por la crisis de los medios. Las revistas ofrecen la posibilidad de segmentación según temática



CONCLUSIÓN

En si, la publicidad es beneficioso para muchas empresas, sirve de herramienta para muchos factores y de muchas formas , se pude llegar al publico y llegar la información que se requiere

