



**Nombre de alumno: Carlos Daniel  
Ramírez Hernández**

**Nombre del profesor: Salomón  
Vásquez Guillen**

**Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico**

**Materia: Acción promocional**

**Grado: 6**

**Grupo: a**

Comitán de Domínguez Chiapas a 11 de junio de 2024.

la publicidad.

Implicaciones económicas de la publicidad.

La publicidad se ha convertido, indudablemente, en toda una industria que ha generado movimientos económicos en los países donde se ha desarrollado. en la publicidad no tiene como objetivo el incremento de las ventas, su efecto en ellas es positivo

Incremento de la demanda de productos: tiene como consecuencia lógica el incremento de las ventas; sin embargo, los objetivos de la publicidad, son: informar, persuadir y recordar. Ayuda a las empresas en sus ventas para darse a conocer.

Incremento del PIB: Si la publicidad tiene éxito y la industria se desarrolla, se refleja de manera inmediata en el (PIB)

Mayor inversión nacional la publicidad resulta atractivo para invertir en él, siempre y cuando no rijan condiciones de competencia no sanas.

Disminución de precios de mercado: , la publicidad tiene un efecto importante en la disminución del precio de productos y servicios, debido a que, al existir un mercado de libre competencia,

Publicidad y política económica

Consumo Los sectores en los cuales las inversiones en publicidad son las más elevadas son también aquellos sectores en los cuales el consumo crece más en términos de volumen

Innovación son aquellos sectores en los cuales el crecimiento del valor añadido es más alto.

Competenc son en los que la participación de las empresas en el mercado es menos rígida y en los cuales la competencia, un factor reconocido como impulsor del crecimiento. es más dinámica.

Efecto del impulso sectorial En este sector, el valor añadido crece el doble de rápido que en toda la economía y su contribución al crecimiento del empleo es cuatro veces más alta que el promedio vigente para toda la economía.

Las características económicas del producto publicitario.

- Primero La publicidad necesita de un patrocinador: Es decir, alguien interesado en informar,
- Segundo La publicidad tiene un costo: El cual, varía de acuerdo al tipo de medio de comunicación
- Tercero - La publicidad tiene un público objetivo
- Cuarto La publicidad tiene objetivos que cumplir informar, persuadir y recordar
- Quinto La publicidad utiliza medios masivos de comunicación: Dependiendo del público objetivo

Los efectos de la publicidad sobre la demanda de la empresa.

La ética y los niños La publicidad dirigida al segmento de los niños es un tema controversial,

Las regulaciones se refiere a las leyes y normas que definan la forma en que los productos pueden ser objeto de publicidad

promociones y las RRPP La promoción es una herramienta o variable de la mezcla de promoción las relaciones públicas tienen la misión de integración como centro humanizador

Organismos que protegen al consumidor los consumidores dominicanos tienen leyes que les proteja.