



Mi Universidad

Cuadro sinóptico

Nombre del Alumno Jose Eduardo Cordero Gordillo

Nombre del tema: acción promocional

Parcial: 2

Nombre de la Materia: acción promocional

Nombre

del profesor: Vázquez Guillen Salomón

Nombre

de la Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia

Cuatrimestre:

6

ACCION PROMOCIONAL

AMPLIACION ECONOMICA DE LA PUBLICIDAD

Incremento de la demanda de productos: en los países donde se hace publicidad y cuyos índices cuantitativos señalan que el volumen de la actividad es alto, existe una mayor demanda de productos que en aquellos donde dicho volumen es bajo

PUBLICIDAD Y POLITICA ECONOMICA

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. En consecuencia, estos sectores contribuyen más, proporcionalmente, al crecimiento económico en general que otros sectores.

CARACTERISTICAS ECONOMICAS DEL DEL PRODUCTO PUBLICITARIO

En un sentido más específico, la publicidad es una forma de comunicación impersonal de largo alcance porque utiliza medios masivos de comunicación, como la televisión, la radio, los medios impresos, internet, etc., y cuyas características que la distinguen de los otros elementos del mix de promoción

EFFECTOS DE LA PUBLICIDAD SOBRE LA DEMANDA DE LA EMPRESA

La publicidad no manipula, ni tampoco obliga, simplemente persuade, y en algunos casos la publicidad con sus diferentes estrategias muchas veces llega a convencer al público a consumir un determinado producto, bien sea por curiosidad o bien porque en definitiva hubo un interés hacia el producto o servicio.