

UDS

CUADRO SINOPTICO

NOMBRE DEL ALUMNO:LUIS

DARINEL OZUNA CINCO

NOMBRE DEL PROFESOR: VAZQUEZ

GUILLEN SALOMON

MATERIA: ACCIÓN PROMOCIONAL

TEMA: LA PUBLICIDAD

La publicidad

Implicaciones económicas de la publicidad

Implicaciones económicas de la publicidad

La publicidad es sin duda una industria que ha impulsado la economía de las naciones donde se ha desarrollado.

Los aspectos económicos de la publicidad incluyen un aumento en la demanda de productos, un aumento en el PIB y una mayor inversión extranjera.

Las características económicas del producto publicitario

"La publicidad es una inversión crucial para las empresas, pero sorprendentemente, poco se sabe sobre su impacto económico más amplio.

La publicidad contribuye al aumento del consumo, a la difusión de la innovación y a la competencia, lo que, por su dinamismo, contribuye al índice de crecimiento promedio del PIB.

Las características económicas del producto publicitario

Básicamente, la publicidad es una forma larga de comunicación impersonal porque utiliza medios como la televisión, la radio, los periódicos e Internet.

La publicidad es parte de diversas actividades de marketing, especialmente promociones de ventas, y ayuda a transmitir mensajes informados de los clientes a otros utilizando medios eficaces e impersonales como la televisión, la radio, los medios de comunicación e Internet.

- Otros elementos del mix de promoción, son las siguientes:
- Primero. - La publicidad necesita de un patrocinador: Es decir, alguien interesado en informar, recordar o persuadir a un público objetivo, acerca de sus productos, servicios, ideas, etc.
 - Segundo. - La publicidad tiene un costo: El cual, varía de acuerdo al tipo de medio de comunicación que se va a emplear; por ejemplo, la televisión es mucho más costosa que la publicación en un periódico local.
 - Tercero. - La publicidad tiene un público objetivo: Si bien, la publicidad se caracteriza por utilizar medios de comunicación masivos, también va dirigida hacia un segmento en particular
 - Cuarto. - La publicidad tiene objetivos que cumplir: Por lo general, los objetivos de la publicidad son similares a los objetivos de la promoción, que son:
 - Informar,
 - Recordar
 - persuadir

Las características económicas del producto publicitario

En muchos países del mundo, las organizaciones públicas y privadas controlan estrictamente la información publicada con fines publicitarios para cumplir con los estándares establecidos. En México, la regulación muchas veces no es muy efectiva, pero cada vez más empresas, anunciantes y partes interesadas son conscientes de sus responsabilidades.

Leyes sobre Publicidad y Promoción en México
La publicidad y la promoción son parte de las actividades económicas y sociales, por lo que el gobierno considera diferentes situaciones para garantizar que existan leyes apropiadas para que estas cosas regulen la economía y las obras públicas. El gobierno constitucional debe considerar diferentes áreas para garantizar que exista un plan adecuado para gestionar el proyecto.

La publicidad es parte de diversas actividades de marketing, especialmente promociones de ventas, y ayuda a transmitir mensajes informados de los clientes a otros utilizando medios eficaces e impersonales como la televisión, la radio, los medios de comunicación e Internet.