



Mi Universidad

Cuadro Sinóptico

Nombre del Alumno: Ana Karen Cancino Borraz

Nombre del tema: La publicidad

Parcial: 2

Nombre de la Materia: Acción promocional

Nombre del profesor: Salomón Vázquez Guillen

Nombre de la Licenciatura: Medicina Veterinaria y zootecnia

Cuatrimestre: Sexto

LA PUBLICIDAD

IMPLICACIONES ECONÓMICAS DE LA PUBLICIDAD

SON

- INCREMENTO DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO — La primera aclaración que debemos hacer en este texto es desmentir la idea de que la publicidad tiene como objetivo incrementar las ventas.
- INCREMENTO DEL PIB — Cuando una actividad económica como la publicidad tiene éxito. El PIB de un país refleja con claridad su situación económica.
- MAYOR INVERSIÓN NACIONAL Y EXTRANJERA EN CONDICIONES DE LIBRE COMPETENCIA — DISMINUCIÓN DE PRECIOS DE MERCADO — Pese a lo que pudiera creerse, la publicidad tiene en efecto importante en la disminución del precio de productos y servicios.

PUBLICIDAD Y POLÍTICA ECONÓMICA

ES

La publicidad estimula el crecimiento del consumo, acelera la difusión de la innovación, promueve la competencia y a su vez el dinamismo inherente en el sector de la publicidad impulsa el índice del crecimiento promedio del PIB.

SE DIVIDE EN

- CONSUMO — Los sectores en los cuales las inversiones en publicidad son las más elevadas, también aquellos sectores en los cuales el consumo crece más en términos de volumen.
- INNOVACIÓN — Los sectores en los cuales la inversión es más alta que el promedio, tanto en publicidad como en innovación y en investigación y desarrollo, también son aquellos sectores en los cuales el crecimiento del valor añadido es más alto.
- COMPETENCIA — Aquellos sectores en los cuales el índice de inversión en publicidad es más alto.
- EFFECTO 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.

LAS CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS DEL PRODUCTO PUBLICITARIO

SON

- PRIMERO — La publicidad necesita de un patrocinador.
- SEGUNDO — La publicidad tiene un costo.
- TERCERO — La publicidad tiene un público objetivo.
- CUARTO — La publicidad tiene objetivos que cumplir.
- QUINTO — La publicidad utiliza medios masivos de comunicación.

LOS EFECTOS DE LA PUBLICIDAD SOBRE LA DEMANDA DE LA EMPRESA

ES

La publicidad cuenta con un enorme fuerza en todos los ámbitos del mundo en general. 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.