



Mi Universidad

Nombre del alumno: Juan Daniel Lopez Alcazar

Nombre del tema: Mapa conceptual políticas económicas

Parcial: 2.-

Nombre de la Materia: “Acción promocional”

Nombre del profesor: Salomón Vázquez Guillen

Nombre de la Licenciatura: “Medicina veterinaria y zootecnia”

Cuatrimestre: 6.-

Lugar y Fecha de elaboración: 14/06/2024 Comitán de Domínguez Chiapas México

Publicidad y políticas económicas

Implicaciones económicas de la publicidad

La publicidad en el mejor de los casos, y cuando es bien manejada, tiene como consecuencia lógica el incremento de las ventas.

- Incremento de la demanda de productos
- Incremento del PIB
- Mayor inversión nacional y extranjera en condiciones de libre competencia
- Disminución de precios de mercado

Publicidad y políticas económicas

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

- Consumo
- Innovación
- Competencia
- Efecto del impulso sectorial

Características económicas del producto publicitario

La publicidad es un componente de las diferentes actividades de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que sirve para comunicar el mensaje de un patrocinador identificado a un público específico.

- La publicidad necesita de un patrocinador
- La publicidad tiene un costo
- La publicidad tiene un público objetivo
- La publicidad tiene objetivos que cumplir
- La publicidad utiliza medios masivos de comunicación

Efectos de la publicidad sobre la demanda de la empresa

La publicidad cuenta con una 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.

