



Nombre del Alumno: Erick Peñaloza Martínez

Nombre del tema: mapa Conceptual

Parcial: 2º

Nombre de la Materia: Desarrollo Empresarial

Nombre del profesor: Andrés Alejandro Reyes Molina

Nombre de la Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia

Cuatrimestre: 6º A

**Acción
promocional**

**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.

**Publicidad y política
económica**

Aun cuando la publicidad representa, para las empresas, una inversión de gran importancia, paradójicamente, muy poco se conoce sobre su rol económico de mayor alcance, las investigaciones recopiladas por la Federación Mundial de Anunciantes (WFA), como aglutinadora de estudios de sus diferentes asociaciones con diversos mercados de la comunicación comercial.

**Las características
económicas 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.

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

En muchos países en el mundo hay un seguimiento muy estricto por parte de organismos públicos y privados en cuanto a lo que se difunde con propósitos publicitarios, para verificar que cumple con las normas establecidas.

Fuente de consulta: Antología, UDS, libro de desarrollo humano

