

UDS

- PROFESOR: Salomón
- MATERIA: Accion promocional
- ALUMNA: Paola Elizabeth Maldonado Cancino
- LICENCIATURA: Medicina Veterinaria y Zootecnia
- CUATRIMESTRE: 6to
- PARCIAL: 2

LA PUBLICIDAD

IMPLICACIONES ECONÓMICAS DE LA PUBLICIDAD

Incremento de la demanda de productos: la primera aclaración que queremos 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 y la industria se desarrolla, se refleja de manera inmediata en el producto interno bruto (PIB)
Mayor inversión nacional y extranjera en condiciones de libre competencia
Disminución de precios de mercado

PUBLICIDAD Y POLÍTICA ECONÓMICA.

Consumo:
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. **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. **Competencia:**
Aquellos sectores en los cuales el índice de inversión en publicidad es más alto, también son en los que la participación de las empresas en el mercado es menos rígida. **Efecto del impulso sectorial:**
La publicidad, como un sector de la economía por pleno derecho, es un multiplicador del crecimiento económico

LAS CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS DEL PRODUCTO PUBLICITARIO

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

- La ética y los niños
- Las regulaciones
- Las promociones y las RRPP (relaciones Públicas)
- Organismos que protegen al consumidor