



Nombre del alumno: Mariana Aguilar Jiménez

Nombre del profesor: Salomón Vazquez Guillén

Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico

Materia: Acción Promocional

Grado: 6°

Grupo: "B"

Comitán de Domínguez Chiapas a 16 de junio de 2024.

PUBLICIDAD

* IMPLICACIONES ECONÓMICAS DE LA PUBLICIDAD.

- La publicidad ocupa un lugar importante tanto para empresas como para consumidores en una economía de mercado
- La publicidad, según Russel y Lane (1994), se diseña para predisponer al consumidor para que compre un producto o un servicio
- No obstante, debe prevalecer la distinción entre las metas más generales de la mercadotecnia y las metas más específicas de la publicidad.

* PUBLICIDAD Y POLÍTICA ECONÓMICA.

- 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.

* LAS CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS DEL PRODUCTO PUBLICITARIO

- Las características que la distinguen de los otros elementos del mix de promoción, son las siguientes:
- 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 informar, recordar y persuadir
 - Quinto. - La publicidad utiliza medios masivos de comunicación

* LOS EFECTOS DE LA PUBLICIDAD SOBRE LA DEMANDA DE LA EMPRESA

- La publicidad y la promoción de ventas están presentes prácticamente en cualquier actividad económica y social de forma que el régimen legal contempla diversos ámbitos para asegurar el marco regulatorio adecuado para estas actividades
- publicidad cuenta con una enorme fuerza en todos los ámbitos del mundo en general.

- BIBLIOGRAFIA:
<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LMV/b95d670a94bd6e301cb0ea341b6d1b34-LC-LMV604.pdf>