

Nombre de alumno: Leonardo Rafael Pinto Santos

**Nombre del profesor: Salomón Vásquez
Guillén**

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico

Materia: Acción promocional

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 6

Grupo: B



Acción promocional

Implicaciones económicas de la publicidad

La publicidad tiene varios impactos económicos significativos:

Publicidad y Política Económica

-Regulación y fiscalidad: Los gobiernos pueden regular la publicidad mediante impuestos y normativas para controlar su impacto económico y social.

-Estímulo económico: Se utiliza para fomentar el consumo y la inversión, beneficiando el crecimiento económico.

-Competencia: Las políticas pueden promover la competencia justa y prevenir prácticas monopolísticas derivadas de estrategias publicitarias agresivas.

Las características económicas del producto publicitario

-Intangibilidad: La publicidad es un servicio intangible que influye en la percepción y la demanda de bienes tangibles.

-Externalidades: Puede generar efectos positivos o negativos en terceros, afectando indirectamente a competidores y consumidores.

-Elasticidad de la demanda: La respuesta del mercado a la publicidad varía según la sensibilidad del consumidor al precio y la efectividad de la campaña.

Los efectos de la publicidad sobre la demanda de la empresa

-Incremento de la demanda: Las campañas efectivas pueden aumentar las ventas y la demanda de productos.

-Formación de necesidades: Influencia en la percepción del consumidor sobre la necesidad y los beneficios del producto, estimulando la demanda.

-Competencia: En mercados competitivos, la publicidad ayuda a diferenciar productos y capturar una mayor cuota de mercado.

-Elasticidad: La respuesta de la demanda a la publicidad puede variar según la elasticidad precio de los productos y la efectividad de la campaña.