



Nombre del alumno: Carolina Juarez Ruedas

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 se ha convertido, indudablemente, en toda una industria que ha generado movimientos económicos en los países donde se ha desarrollado

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

La publicidad representa, para las empresas, una inversión de gran importancia, paradójicamente, muy poco se conoce sobre su rol económico de mayor alcance

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

Por ello existen en nuestro país disposiciones jurídicas y códigos de ética que brindan un marco de convivencia entre empresas, consumidores y usuarios

BIBLIOGRAFIA:

[HTTPS://PLATAFORMAEDUCATIVAUDS.COM.MX/ASSETS/DOCS/LIBRO/LMV/B95D670A94BD6E301CB0EA341B6D1B34-LC-LMV604.PDF](https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/lmv/B95D670A94BD6E301CB0EA341B6D1B34-LC-LMV604.PDF)