



**Mi Universidad**

**Ensayo**

*Nombre del Alumno: Alejandro Cancino Gordillo*

*Nombre del tema: Cuadro Sinóptico*

*Parcial*

*Nombre de la Materia: Campaña Publicitaria*

*Nombre del profesor: Francisco De Jesús Marto González*

*Nombre de la Licenciatura: Diseño Gráfico*

*Cuatrimestre: Quinto*

## ORGANIGRAMA DE AGENCIA PUBLICITARIA



## **INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DENTRO DE LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD**

Al hablar de los medios de comunicación, se hace referencia a los canales o plataformas utilizadas para transmitir noticias, información, entretenimiento, publicidad y mensajes a una audiencia. Los mismos pueden ser, tanto tradicionales como digitales y desempeñan un papel crucial en la difusión de información, así como en la formación de opiniones en la sociedad.

La evolución de los medios de comunicación ha sido impulsada por avances tecnológicos y cambios en el comportamiento del consumidor. Hoy en día, la convergencia de diferentes tipos de medios y la interacción en línea, han llevado a una era de medios más interactivos y personalizados, lo que ha transformado la forma en que consumimos información y en cómo se crean y desarrollan las estrategias de mercadotecnia y publicidad.

Los medios de comunicación son una herramienta fundamental para las agencias de publicidad, ya que les permiten llegar a un público amplio y construir la marca de sus clientes.

Los medios de comunicación son importantes para las agencias de publicidad porque:

- Permiten llegar a un público amplio
- Ayudan a construir y fortalecer la marca de la empresa
- Permiten informar y educar a los consumidores
- Permiten interactuar directamente con los clientes
- Permiten segmentar audiencias
- Permiten medir y analizar el rendimiento de las estrategias de mercadotecnia
- Permiten mantenerse al tanto de las tendencias del mercado

Las agencias de publicidad y los medios de comunicación tienen una relación de colaboración que debe cuidarse para que sea mutuamente beneficiosa.