

| | | | | | | |
|---|--|-----------|-------|-----------------|------------|----------|
|  | INSTITUCIÓN EDUCATIVA LA PRESENTACIÓN | | | | | |
| | NOMBRE ALUMNA: | | | | | |
| | ÁREA / ASIGNATURA: Tecnología e Informática | | | | | |
| | DOCENTE: Ligia Machado Pérez | | | | | |
| | PERIODO | TIPO GUÍA | GRADO | Nº | FECHA | DURACIÓN |
| 3 | Aprendizaje | 8 | 1 | Septiembre 2023 | 2 unidades | |

INDICADORES DE DESEMPEÑO

1. Describe los tipos de publicidad existente, explicando las ventajas y desventajas de cada uno.
2. Desarrolla con responsabilidad y empeño las actividades de clase.

LA PUBLICIDAD

Es una disciplina cuyo objetivo es persuadir al público meta, con un mensaje comercial para que tome la decisión de compra, de un producto o servicio.

La publicidad hace uso de numerosas disciplinas tales como, la psicología, sociología, estadística, economía y la comunicación social, entre otras.

La publicidad busca la difusión comercial de un bien o servicio, no se debe confundir con el término propaganda, ya que esta última busca la propagación de ideas políticas, sociales, morales o religiosas.

OBJETIVOS

- ✚ Informar al consumidor sobre los beneficios de un determinado producto o servicio, resaltando las diferencias por sobre otras marcas.
- ✚ Crear imagen de marca, recordar, informar o persuadir al público para mantener o incrementar las ventas.

NOTORIEDAD DE MARCA

Se presenta cuando un producto es capaz de crear tanto valor de marca, que la marca tiene la capacidad de atraer a los compradores, incluso sin publicidad.

Ejemplo: Cuando se utilizan los siguientes términos como genéricos para referirse al producto:

- Liquid Paper (para referirse al corrector de tinta)
- Colgate (para referirse a la crema dental)
- Pega Stick (para referirse al pegante en barra)
- Colbón (Para referirse al pegamento líquido)

PRINCIPIOS DE LA PUBLICIDAD

* Atracción * Interés * Deseo * Acción

Para que una campaña publicitaria alcance el éxito, inicialmente habría que **llamar la atención**, después despertar el **interés** por la oferta, seguidamente despertar el **deseo** de adquisición y finalmente exhortar a la **reacción** que deriva en la compra.

Observa el siguiente video para tener mayor claridad de los conceptos anteriores:

<https://www.youtube.com/watch?v=LFAd6JIZes8>

Actividad

RESPONDE LAS SIGUIENTES PREGUNTAS EN EL CUADERNO:

1. Explico cuáles son los medios publicitarios convencionales y los no convencionales.
2. Explico 3 formas publicitarias en televisión
3. Explico 3 formas publicitarias en la radio
4. Explico 3 formas publicitarias en el exterior (en las calles)

“No me he equivocado. Simplemente he encontrado 10.000 maneras que no funcionaban” T. Edison