



**LA PUBLICIDAD**  
DESARROLLO DE CAMPAÑAS

# DEFINICIÓN

La campaña publicitaria es un conjunto de mensajes expresados en las formas adecuadas con una unidad de objetos que se desarrollan dentro de un tiempo prefijado

Es una serie de esfuerzos de promoción planificados y coordinados, realizados alrededor de un tema central y destinados a conseguir un fin específico.

## OBJETIVOS

Estimular ventas

Estimular la demanda

Recordatorio

Resaltar atributos

Refuerzo actitudinal

Construcción de imagen

Posicionamiento de marca

Dar a conocer



# FACTORES

Determinantes

Que se anuncia

Para que se  
anuncia

A quien se anuncia

Consecuentes

Como se anuncia

Cuanto se invierte



# PLAN PUBLICITARIO

- Identificación y descripción del auditorio meta
  - Objetivos de la comunicación
  - Análisis y descripción de la conducta de compra
  - Escala de aspiraciones del auditorio meta: aceptación social, reconocimiento, belleza, armonía familiar, deseo sexual.
  - Establecer el concepto de campaña: mensaje de seducción
  - Definir el estilo del lenguaje
  - Concretar el concepto audiovisual
  - Contratación de medios
  - Seguimiento y evaluación del impacto en ventas
- 

# MEDIOS PUBLICITARIOS

**Medios masivos: televisión,  
cine, radio y prensa**

**Medios auxiliares: publicidad  
directa, publicidad exterior  
y publicidad interior**

## Televisión

Medio masivo de gran alcance y penetración, presenta los productos en uso, con movimiento, música , color y grandes efectos



## Radio

De alta penetración nacional, su bajo costo permite máxima frecuencia y saturación de mensajes



# Cine

Se diferencia de la televisión en el tamaño de la pantalla (imagen, color, acción y sonido)



# Prensa

Periódicos

Revistas



Publicidad directa

Folletos, volantes, catálogos, cartas



**Publicidad Exterior**

**Cartelera  
espectacular**

**Anuncios luminosos  
de tubos de gas  
de neón**

**Pantallas de celdas  
fotoeléctricas**

**Carteles en  
camiones**

**Refugiatones:  
paradas de bus**



**Publicidad interior:  
anuncios  
colocados en  
lugares cerrados**

**Estadios deportivos,  
plazas de toros**

**Interior de tranvías,  
metros y similares**



# OTROS

Internet

Teléfono celular

Videojuegos

Facebook

Twitter



# PRODUCCIÓN DEL ANUNCIO

TEXTO: parte verbal del anuncio, incluye título, subtítulo, texto del cuerpo, firma

LABOR ARTISTICA:

