

LA PUBLICIDAD EN EL MERCADO

1. Reúnete en grupo con compañeras y compañeros y lean la siguiente publicación. Luego, respondan las preguntas que se plantean.

El poder de la publicidad

Las personas recibimos entre 3.000 y 5.000 impactos publicitarios diarios. Las estrategias de marketing determinan por qué, qué, cómo, dónde, cuándo y quién deben llegar estos mensajes. Las batallas publicitarias se libran en el corazón. Crear una corriente de simpatía, un vínculo duradero con los públicos es la directiva de los anuncios y de toda la publicidad que se precie.

Evidentemente, el fin de toda comunicación empresarial es mover a la acción, crear vínculos emocionales entre la marca y sus públicos que propicien una relación duradera.

Los profesionales del marketing mezclan tienen muy presente cómo funciona la psique de los públicos. Los seres humanos somos animales racionales; es decir, utilizamos la razón para tomar decisiones. Lo cual es cierto... pero solo en parte. Porque, como también somos afectivos, lo emocional influye de manera decisiva en nuestra voluntad, incluso, en los procesos de compra aparentemente lógicos, como los de un apartamento, sistema informático o automóvil.

Lowpost. (31 mayo de 2016) ¿Cómo influye la publicidad en las personas?
En http://www.enlacesantillana.cl/#/L25_HIS1MBDAU4_197

- a. ¿Cuál es el rol de la publicidad en el mercado?

- b. ¿Cómo afectaría a la demanda de los consumidores?

c. ¿Crees que la publicidad puede llegar a tener un efecto negativo en las personas?

2. Observen las siguientes imágenes y luego expliquen de qué manera la publicidad afectaría al consumidor e impulsaría la demanda del producto representado. Además, detallen de qué manera el pensamiento racional podría verse suprimido en la elección de consumo.

Situación	Explicación
	
	