

PUBLICIDAD – ESTATEGIAS, ANUNCIOS

I. VOCABULARIO – EXPLICA, TRADUCE

EL ANUNCIANTE	UN FOLLETO
EL CONSUMIDOR	VALLAS PUBLICITARIAS
EL BUZONEO	CAMPAÑA PUBLICITARIA
EL PATROCINADOR	CUÑA DE RADIO
EL PÚBLICO OBJETIVO	UNA MARCA (<i>DEL PRODUCTO</i>)
EL MARKETING	ESLOGAN
EL ANUNCIO DE PRENSA	CARTERA DE CLIENTES
UN CARTEL	LA PUBLICIDAD

II. COMENTARIOS

a)



b)



b)



d)



e)

MARKETING

III. VOCABULARIO MARKETING

SATISFACER NECESIDADES	Uspokojit potřebu/y	OBTENER RENTABILIDAD	Získat výnos (zisk)
CONJUNTO DE TÉCNICAS	Soubor technik	AUMENTAR LA CUOTA DEL MERCADO	Zvýšit podíl na trhu
FLUJO DE PRODUCTOS	Proud /fluktuace výrobků	HACER FRENTE A	Čelit čemu
ESTIMULAR LA DEMANDA	Stimulovat poptávku	DEMANDA	Poptávka
PERSUADIR	Přesvědčit	COMPRADOR POTENCIAL	Potenciální zákazník
CONVENCER AL CONSUMIDOR	Přesvědčit spotřebitele	PODER ADQUISITIVO	Koupěschopnost
LA COMPETENCIA	Konkurence	GAMA DE PRODUCTOS	Škála výrobků
ELEVAR LA CIFRA DE VENTAS	Zvýšit obrat prodeje	FIJAR EL PRECIO	Stanovit cenu
RELACIONES PÚBLICAS	Vnější vztahy	COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES	Chování /zvyky spotřebitelů
INCREMENTO DE VENTAS	Zvýšení prodeje	INCENTIVOS A CORTO PLAZO	„horké“/výhodné krátkodobé nabídky

IV. PREGUNTAS – RESPUESTAS

- 1. ¿Qué es el marketing? (sus fines, objetivos...)**

- 2. ¿Cómo y por qué se hace análisis del mercado?**

- 3. ¿Qué es el marketing-mix?**

- 4. ¿Cuál es la diferencia fundamental entre publicidad y relaciones públicas?**

- 5. ¿Qué técnica o técnicas de persuasión se emplea/n en los anuncios?**

- 6. ¿Por qué en igualdad de características e igualdad de precios, los consumidores elegimos uno u otro producto o servicio?**

V. VÍDEO

<https://www.youtube.com/watch?v=aErmDPWlba4>

¿Sabe cómo funciona la mente del consumidor? Es neuromarketing, explica el experto Jürgen Klaric

VI. VÍDEO

Mi abuelo es un teléfono inteligente. (Anuncio de Orange)

En el vídeo, la niña presenta a su abuelo como si fuera un teléfono inteligente. ¿Cómo dice, de manera técnica, que...?

el abuelo cuenta muchas cosas interesantes sobre los viejos tiempos

se asegura de que su nieta vaya bien abrigada antes de salir

canta y toca el piano

juega al escondite con su nieta

ya no es ningún joven

no le importa la lluvia

le basta con echar una cabezada para volver a estar lleno de energía

juega mucho con su nieta

VII. TEMAS PARA EL DEBATE – ESCRITO + ORAL

a)

1) *La importancia de marketing y publicidad se sobreestima.*

Redacta un texto expositivo argumentando y defendiendo tus razones.

- Argumentos en pro y en contra (ventajas e inconvenientes)
- Tu propia opinión
- Ejemplos que justifiquen tu opinión.

b)

1. La Publicidad tiene una influencia negativa para los niños.

2. No es necesario hacer el marketing, un buen producto se vende sólo.

FUNCIONES DE PUBLICIDAD

La función :

- Informativa
- De persuasión
- Económica
- Financiera
- De seguridad
- Estética

<https://www.slideshare.net/luciaag/la-publicidad-260259>