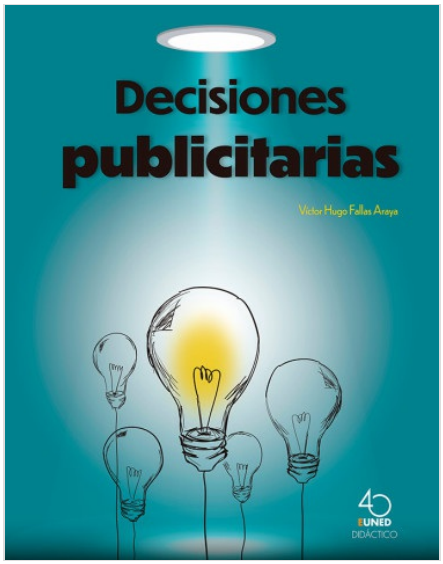
Decisiones publicitarias

Autor

Víctor Hugo Fallas Araya

Sinopsis

Mediante las decisiones publicitarias se afecta el poder de decisión de los consumidores y, con ello, las ventas de la organización. Los mensajes, en sus diferentes formas, la percepción y la persuasión, establecen una conexión con el consumidor real y potencial de los productos y servicios que las compañías ofrecen. Aunque una de las características de la publicidad consiste en generar ventas acumuladas, la intención principal es que se llegue a concretar, lo cual se logra solo con una adecuada estrategia publicitaria que incluya un contenido de calidad y acciones concretas y eficaces.



VF

Sobre el autor

Víctor Hugo Fallas Araya

Impreso

Año de publicación: 2019

Presentación: A4 (Tapa blanda o Bolsillo)

Tamaño: 27 x 21 x 18.5 cm

Número de páginas del contenido principal: 340 Páginas

ISBN13: 9789968487849

$8.000 CRC

Palabras clave

Ciencias sociales

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen