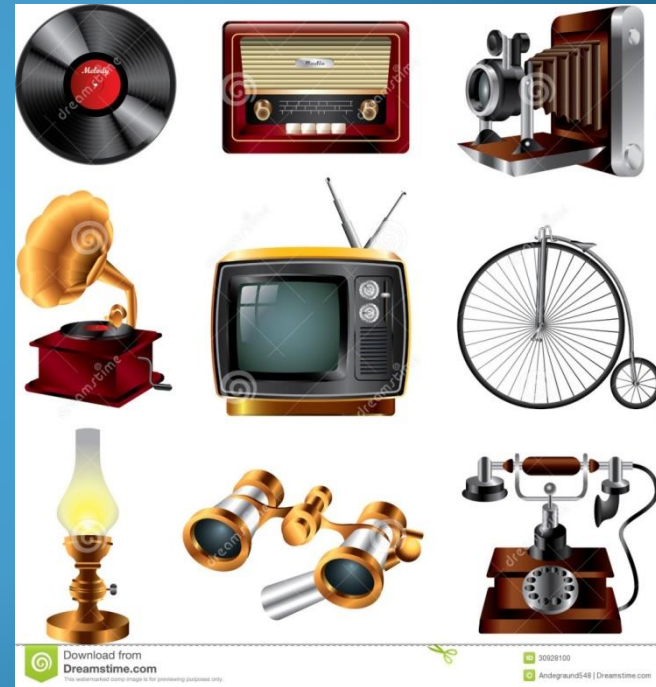


Distribución de un objeto tecnológico

Los orígenes de la publicidad arrancan de la necesidad del hombre, productor de mercancías susceptibles de intercambio, de dar a conocer a estas últimas con el fin de permutarlas por lo que otros pueden ofrecerle. Pero la "publicidad moderna" nace y se desarrolla en concomitancia con dos fenómenos de gran importancia histórica: la aparición de la prensa periódica en el 1600 y la revolución industrial a finales del 1700.



Educación Tecnológica 1° Medio
Luisa Vásquez

LOS PRODUCTOS

ENVASE

EMBALAJE

MARKETING

DISEÑO

PRODUCCION

PUBLICIDAD

CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

MEDIOS PUBLICITARIOS

EXTERIORES

MASIVOS

DIRECTOS

LOS ENVASES

- Son todos aquellos objetos o envoltorios que protegen a los productos ejemplo: cajas, botellas, papeles y bolsas.
- Funciones de un envase
- PROTEGER, PRESERVAR, CONTENER, FACILITAR EL ALMACENAMIENTO, ATRAER LA ATENCION DEL USUARIO.



INFORMACIÓN QUE DEBE CONTENER UN ENVASE

IMPRESINDIBLE

De acuerdo a ley del
consumidor 19.496



AGREGADA

**20 KILOS
DE MUSCULO
EN 30 DIAS**



Embalajes

Son todos aquellos objetos que permiten transportar y almacenar a los productos envasados.



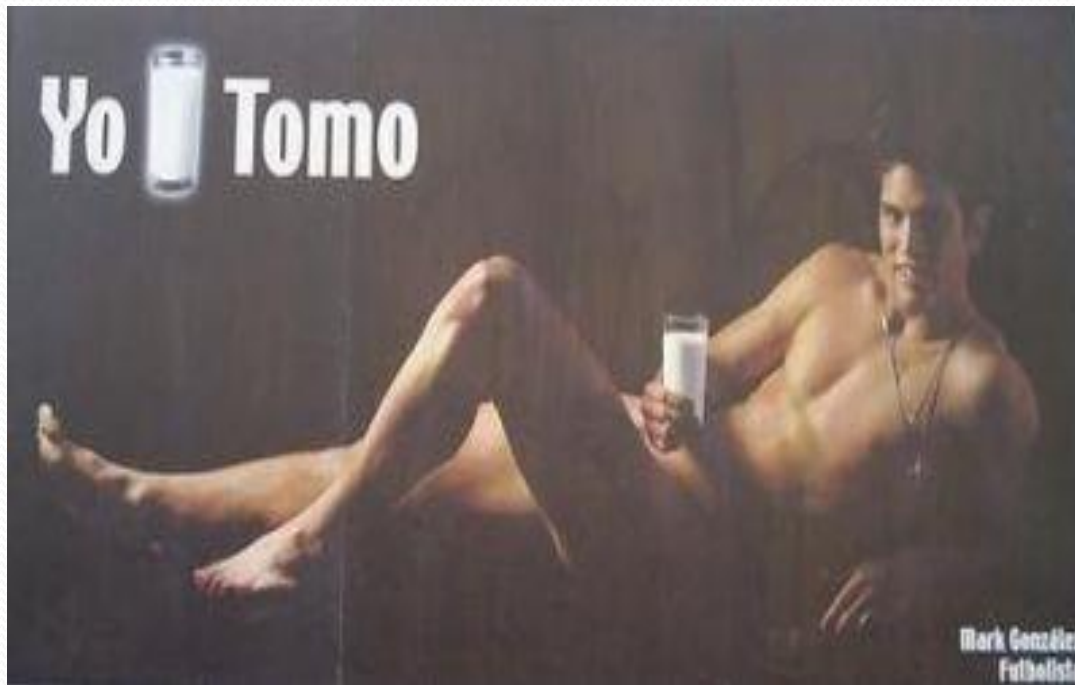
FRAGIL	NO USAR GANCHO	HACIA ARRIBA	PROTEGER DE LA LUZ SOLAR	ALEJAR DE FUENTES RADIATIVAS	PROTEGER DE LA LLUVIA
CENTRO DE GRAVEDAD	NO RODAR	NO MANIPULAR CON DIABLITO EN ESTA CARA	NO MANIPULAR CON MONTA CARGA ESTA CARA	COLOCAR ABRAZADERAS AQUI	NO COLOCAR ABRAZADERAS AQUI
LIMITE DE APILAMIENTO EN KG	LIMITE DE APILAMIENTO EN CAMAS	LIMITE DE EMBALAJES AL APILAR	NO APILAR	ESLINGAS AQUI	LIMITES DE TEMPERATURA



TIPOS DE MENSAJES

DEMANDA PRIMARIA

DEMANDA SELECTIVA



DEMANDA PRIMARIA

- **La publicidad para la estimulación de la demanda primaria consiste en que el anunciante trata de crear demanda para una categoría de producto en general. En su forma pura, el propósito de este tipo de publicidad es educar a los compradores potenciales en cuanto a los valores fundamentales del tipo de producto,**

DEMANDA SELECTIVA

- **El propósito de esta publicidad es señalar los beneficios particulares de una marca en comparación con las de la competencia, es en esencia publicidad competitiva, dado que enfrenta a una marca contra el resto del mercado.**
- **Esta publicidad se emplea cuando el producto ya ha superado su etapa de introducción y compite con otras marcas por una participación del mercado. Toda Publicidad selectiva se clasifica como de productos, que se centra en un producto o marca.**

CAMPAÑA PUBLICITARIA

PROPAGANDA

AVISO PUBLICITARIO



CAMPAÑA PUBLICITARIA

- **Así como campaña en general se entiende como un conjunto de eventos programados para alcanzar un objetivo, campaña publicitaria es la *totalidad de los mensajes que resultan de una estrategia creativa; dicho de otra manera, es la suma de todos los esfuerzos publicitarios que una empresa hace en una situación determinada de la vida de un producto***

DIFERENCIA ENTRE PROPAGANDA Y AVISO PUBLICITARIO

- **PUBLICIDAD:** Anuncio para el público con el fin de promover el consumo de un servicio o producto.

PROPAGANDA: Difusión de Información (ideas) para inducir actitudes y acciones con la intención de convencer a un público para que adopte la actitud que el representa (consumo de un producto o servicio), a través del sentimiento o la razón.

Ambos pretenden influenciar al consumidor para que compren en un caso o para convencer en el otro.

ESTILOS DE MENSAJES PUBLICITARIOS

BASICAMENTE SON EL ESTILO QUE USAN PARA
PERSUADIR A LOS CONSUMIDORES , SEAN EN
TELEVISION, AUDIO , GRAFICO ETC.

IDENTIFICACION CON LA VIDA

Muestran a una o más personas haciendo uso del producto en un momento cotidiano.



ESTILO DE VIDA :



FANTASÍA

come
as you
are.



PERSONIFICACIÓN



PERICIA TECNICA

ETERNELLE
RESTRUCTIL TECHNOLOGIES™

INGREDIENTES

Glicerina
Mantiene una hidratación adecuada de la piel de forma constante

Retinol
Estimula la producción de colágeno y acelera la renovación celular

Alantoína
Potente cicatrizante natural

Extracto de hojas de almendro malabar
Propiedades antiedad

Aloe Vera
Excelente hidratante que aporta amplia variedad de nutrientes a la piel



TESTIMONIAL



L' O R É A L PARIS

DERMO-EXPERTISE

NUEVO

Derma Génésis

Cuidado Alisante Afinador de Poros

Acido Hialurónico + Activo Macro-Alisante

“La textura de mi piel se alisa, mis poros se vuelven invisibles.”
Penélope Cruz

The advertisement features a close-up of a woman's face on the left. The background is a light blue and white gradient with large, semi-transparent pink and blue hexagonal shapes. Two L'Oréal Paris Derma Génésis products are shown on the right: a smaller jar and a taller tube, both with teal and white packaging. The text is arranged in a clean, modern layout, with the brand name at the top and the product name in large, bold letters. A testimonial quote is placed at the bottom left, and the product benefits are listed at the bottom right.

EVIDENCIA CIENTÍFICA

NUEVO

Oral-B PRO-EXPERT

PROTEGE TODAS LAS ÁREAS QUE
LOS DENTISTAS CUIDAN MÁS

- ENCÍA
- SMILE
- PLACA
- BIENESTAR GENCIVAL
- SENSIBILIDAD
- BRANQUEO
- SABOR
- BIENESTAR GENERAL



Oral-B
FORMULA DE ENZIMAS
ESTABILIZADO

ORAL-B PRO-EXPERT
MULTI-PROTECCIÓN
Tecnología avanzada con
fórmula de enzimas estabilizadas

Continúa con el cuidado que empieza en la consulta 

MUSICAL

Caliente en invierno Oh!
Con GASCO Oh Ah!



GASCO
no es más que gas - es GASCO

MARCA DE PRODUCTOS



Formados por

- Logotipo:
- Isotipo
- Slogan

Existe por lo general, una total confusión entre todos estos términos debido a que guardan muchos puntos en común y son sutiles sus diferencias.

Isotipo:

o símbolo viene a referirse a la imagen o sintetización que visualmente se intenta hacer de los valores, personalidad, carácter y principios de dicha empresa.

Es por esto, que hacer un buen Isotipo es todo un arte y requiere de un profundo análisis de la empresa, creatividad y capacidad de síntesis, para que con los mínimos elementos, lograr el “Iso” de la empresa, es decir, el “igual” de la empresa de forma visual. (ícono, símbolo)

LOGO:

Proviene del griego *logos* que significa “palabra”, y de *typos*: “golpe, marca del golpe, señal, imagen o escritura en forma de impronta”. *Tipo* también puede significar: “Piezas utilizadas en las imprentas que representan el juego de caracteres de un idioma.” “logotipo es el distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto.”

LOGOTIPOS



Kellogg's®

The Kellogg's logo is written in a red, cursive script font. The letters are thick and rounded, with a registered trademark symbol (®) at the bottom right.

Google™

The Google logo consists of the word "Google" in its signature multi-colored font: blue 'G', red 'o', yellow 'o', blue 'g', green 'l', and red 'e'. A trademark symbol (™) is located at the top right.

facebook

The Facebook logo is the word "facebook" in a bold, blue, sans-serif font.

SONY

The Sony logo is the word "SONY" in a bold, black, sans-serif font.

ISOTIPO

MONOGRAMA



ANAGRAMA



SIGLA



INICIAL

FIRMA

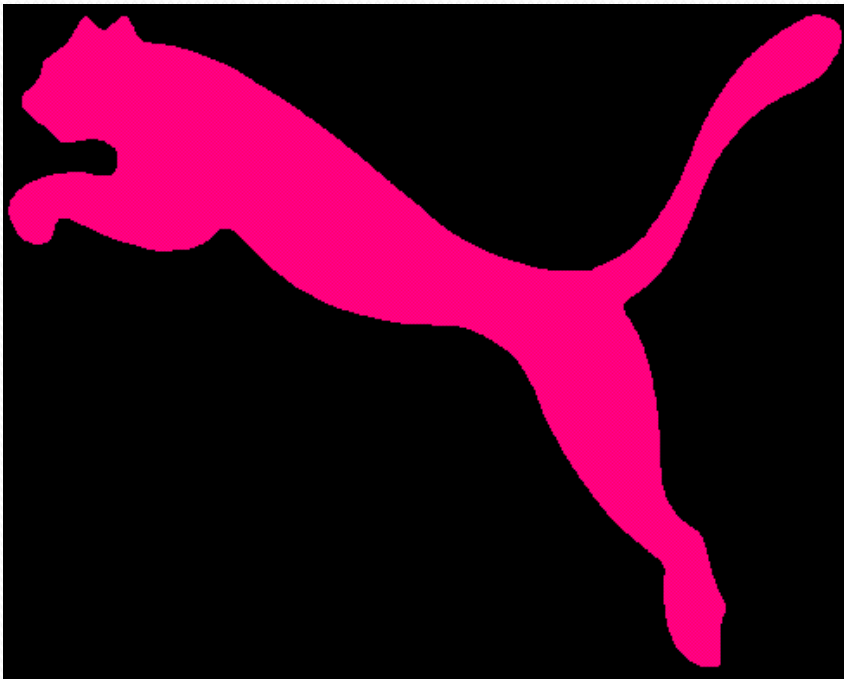


PICTOGRAMA

ISOTIPOS

Asociativo

Son juegos visuales simples y directos que no incluyen el nombre del producto.



Alusivo

Aluden a un elemento relacionado con la empresa o producto pero son menos directos que los asociativos.



Abstractos

Son la mayoría de los Isotipos que se utilizan en la actualidad; aunque generalmente tienen un referente real, este ya no se manifiesta.



Fusionados (logo.iso): El imagotipo e isologo

Slogan





Think different.

htc

quietly brilliant



i'm lovin' it™

JUST DO IT.



MEDIOS PUBLICITARIOS

EXTERIORES

MASIVOS

DIRECTOS

AVISOS CAMINEROS

AFICHES
(calle , micros ,etc.)

GIGANTOGRAFIAS

LUMINOSOS

RADIO
(mensaje audio)

TV
(Visual y audio)

REVISTAS
PRENSA

CINE

INTERNET

CORREO

TELEFONICA

PROMOTORAS

CATALOGOS

