



**UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE
TABASCO**
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVO



GLOSARIO DE TERMINOS

Nombre del Alumno: Hernández López Guillermo de Jesús

Profesor(a): Sandra Juarez Solis

Materia: Medios promocionales

Grado y Grupo: 3ro CLM

Fecha de entrega:

21/5/2025



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVO



Muestreo

Definición

1. Técnica de promoción que consiste en entregar gratuitamente una muestra del producto al consumidor para incentivar su prueba.
2. Estrategia de marketing que busca generar conocimiento y experiencia directa del producto entre los potenciales clientes.
3. Herramienta de ventas que permite al público evaluar la calidad o beneficios de un producto antes de comprarlo.

Concepto Propio

El muestreo es una técnica promocional que consiste en ofrecer al consumidor una porción gratuita o demostrativa de un producto con el objetivo de generar interés, fomentar su prueba directa y aumentar la probabilidad de compra futura.

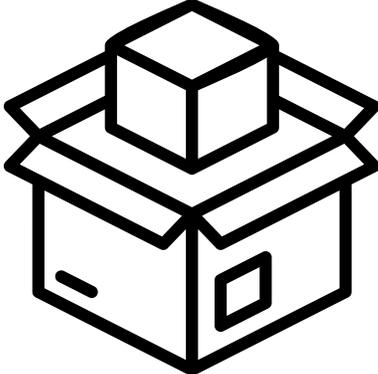
Imagen



Bibliografía

1. Pérez, G., & Pérez, G. (2025, 11 enero). Los tipos de muestreo de investigación de mercados - Agencia de investigación, estudio e inteligencia de M . . . Agencia de investigación, estudio e inteligencia de Mercados. <https://blog.estudiocontar.com/2021/02/19/muestreo-de-investigacion-de-mercados/>
2. Pozo, N. (2024, 3 septiembre). Tipos de muestreo: ¿Cuál es el más efectivo en investigaciones de mercado? <https://www.netquest.com/blog/tipos-de-muestreo-cual-es-el-m%C3%A1s-efectivo-en-investigaciones-de-mercado>
3. MarketingDirecto. (2021, 2 septiembre). Muestreo. Marketing Directo. <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/muestreo/amp>

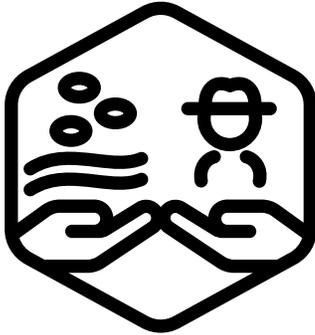
Packs

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<p>1. Oferta combinada de dos o más productos en un solo empaque, diseñada para incentivar la compra mediante un valor agregado o descuento.</p> <p>2. Estrategia de promoción que agrupa productos complementarios para facilitar la decisión de compra y aumentar el ticket promedio del consumidor.</p> <p>3. Presentación especial de productos que puede incluir edición limitada, beneficios exclusivos o empaques atractivos para captar la atención del cliente.</p>	<p>Los packs son agrupaciones estratégicas de productos en un solo empaque, diseñadas para ofrecer valor adicional al consumidor, facilitar la decisión de compra y promover el consumo de múltiples artículos relacionados o complementarios.</p>		<p>1.- MarketingDirecto. (2022b, octubre 10). Bonus pack. Marketing Directo. https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/bonus-pack</p> <p>2.Palomas, L. (2022, 13 octubre). [PRODUCT BUNDLING] Packs de productos = Más ventas. Doofinder. https://www.doofinder.com/es/blog/product-bundling-ecommerce</p> <p>3.What Is a Marketing Bundle, and Why Is It a Smart Strategy? (s. f.). https://www.coalmarch.com/resources/blog/what-is-a-marketing-bundle-and-why-is-it-a-smart-strategy</p>

Degustaciones

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<p>1. Técnica promocional que permite al consumidor probar gratuitamente un producto alimenticio o bebida para incentivar su compra.</p> <p>2. Estrategia de marketing experiencial que busca generar una conexión directa entre el producto y el consumidor a través del sentido del gusto.</p> <p>3. Acción de promoción en punto de venta que aumenta la visibilidad del producto y permite recibir retroalimentación inmediata del público.</p>	<p>Las degustaciones son acciones promocionales que consisten en ofrecer muestras gratuitas de alimentos o bebidas para que los consumidores experimenten su sabor, con el objetivo de influir en su decisión de compra y generar preferencia por la marca.</p>		<p>1. García, M. T. (2023, 27 octubre). Potencia tu Marca con Degustaciones en el Punto de Venta SIG España. SIG España. https://sigespana.es/blog/potencia-tu-marca-y-eleva-tus-ventas-con-las-degustaciones-de-producto/</p> <p>2. Prom, G. (2024, 27 noviembre). Degustaciones como Estrategia de Ventas con Grupo Prom. Grupo Prom. https://grupoprom.com/degustaciones-en-supermercado/</p> <p>3. constantAdmin. (2024, 27 mayo). ¿Ayudan las degustaciones a vender? PROSALES Field Marketing. https://prosalesfieldmarketing.com/ayudan-las-degustaciones-a-vender/</p>

Ferias

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<p>1. Eventos organizados donde las marcas presentan sus productos o servicios a un público específico con fines comerciales y promocionales.</p> <p>2. Plataformas de interacción directa entre empresas y consumidores, ideales para generar contactos, promover novedades y fortalecer la imagen de marca.</p> <p>3. Herramientas de marketing experiencial que permiten exhibir productos, realizar demostraciones y captar nuevos clientes en un entorno dinámico y competitivo.</p>	<p>Las ferias son eventos promocionales organizados que reúnen a diversas marcas o empresas en un espacio común para exhibir, demostrar y posicionar sus productos o servicios, facilitando el contacto directo con clientes potenciales y fortaleciendo su presencia en el mercado.</p>		<p>1. José, & José. (2023b, agosto 2). ¿Qué es el Marketing Ferial y cómo triunfar en este tipo de eventos? Openprint. https://openprint.com/marketing-ferial-que-es/</p> <p>2. Carrillo, H. K. (2024b, mayo 9). Las ferias como herramienta de marketing, ventas y promoción. Periódico La Social. https://www.periodicolasocial.com/post/las-ferias-como-herramienta-de-marketing-ventas-y-promoci%C3%B3n</p> <p>3. Vera, S. (2022, 2 noviembre). Marketing ferial, como sacarle el máximo provecho - Proyecto Genus. Proyecto Genus. https://proyectogenus.com/marketing-ferial/</p>

Publico objetivo

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<p>1. Segmentación: División del mercado en grupos específicos con características similares para dirigir mensajes más efectivos.</p> <p>2. Demografía: Características básicas del público como edad, género, ingreso y educación que ayudan a definir el target.</p> <p>3. Comportamiento: Hábitos y preferencias de consumo que influyen en cómo y cuándo se promociona un producto o servicio.</p>	<p>es el grupo específico de personas al que una campaña dirige sus mensajes, seleccionado según características demográficas, psicográficas y de comportamiento, para maximizar el impacto y la efectividad de la promoción.</p>	 <p>The illustration shows a woman in a red top and white pants standing and presenting a large board labeled 'TARGET AUDIENCE'. The board contains icons for a pie chart, a lightbulb, a target, a thumbs up, and a heart. To the left of the board is a megaphone icon. Below the board, three audience members (two women and one man) are shown from behind, looking at the presentation. A speech bubble is positioned above the board.</p>	<p>1. Asana, T. (2025, 9 enero). Consejos para identificar y atraer a tu público objetivo [2025] • Asana. Asana. https://asana.com/es/resources/target-audience</p> <p>2. Author, G. (2021, 12 febrero). Público Objetivo: Qué es, cómo definirlo y cuál es su importancia en las estrategias de Marketing. Rock Content - ES. https://rockcontent.com/es/blog/como-definir-el-publico-objetivo/</p> <p>3. Cómo encontrar a tu público objetivo Mailchimp. (s. f.). Mailchimp. https://mailchimp.com/es/marketing-glossary/target-audience/</p>

Kioscos interactivos

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<p>1. Interactividad: Permiten a los usuarios interactuar directamente con el contenido, generando una experiencia más atractiva.</p> <p>2. Automatización: Facilitan la entrega de información o servicios sin necesidad de personal, optimizando recursos.</p> <p>3. Engagement: Fomentan la participación activa del público, aumentando la recordación de la marca o producto.</p>	<p>Un kiosco interactivo es un dispositivo digital autónomo que permite a los usuarios acceder, explorar y realizar acciones sobre contenido promocional o informativo de manera directa, mejorando la experiencia del cliente y facilitando la comunicación de marcas en espacios públicos.</p>	 A black and white line drawing of a woman with long dark hair, wearing a light-colored top and a dark skirt, standing and touching the screen of a tall, narrow digital kiosk. The kiosk screen displays several icons and text, including a large letter 'W' at the bottom. The woman is carrying a shoulder bag.	<ol style="list-style-type: none">1. Kioscos interactivos Zebra. (s. f.). Zebra Technologies. https://www.zebra.com/la/es/products/interactive-kiosks.html2. ¿Qué es un kiosco interactivo? (2023, 11 octubre). https://www.digirey.com/que-es-un-kiosco-interactivo3. Adogy. (2025b, febrero 28). Marketing de quiosco - Adogy. https://www.adogy.com/es/terms/kiosk-marketing/

Spots

Definición

1. Brevedad: Los spots son mensajes publicitarios cortos que comunican una idea clave en pocos segundos.

2. Impacto emocional: Buscan generar una reacción rápida en el espectador mediante imágenes, sonido y narrativas efectivas.

3. Difusión masiva: Se transmiten por medios como radio, televisión o plataformas digitales para alcanzar grandes audiencias.

Concepto Propio

Un spot es un mensaje publicitario breve y creativo, diseñado para transmitirse en medios audiovisuales, con el objetivo de captar la atención del público y persuadirlo en pocos segundos mediante elementos visuales y sonoros.

Imagen



Bibliografía

1. Texel Filmmaking. (s. f.). ▶ ¿Qué es un SPOT publicitario? | Ejemplos de sketch y anuncios ®. Texel. <https://www.texel.es/marketing-audiovisual/que-es-un-spot-publicitario>

2. El Poder de los Spots Publicitarios en la Estrategia de Marketing - Antidoto 56 ® estudio visual. (s. f.). <https://www.antidoto56.com/blog/el-poder-de-los-spots-publicitarios-en-la-estrategia-de-marketing>

3. Euroinnova International Online Education. (2025, 17 enero). ¿Qué es un spot publicitario? <https://www.euroinnova.com/business-management/articulos/que-es-un-spot-publicitario>

Bocetos y/o dummies

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<p>1. Visualización previa: Permiten representar de forma anticipada cómo lucirá una campaña o pieza promocional antes de su producción final.</p> <p>2. Corrección y ajuste: Facilitan la detección de errores y mejoras en diseño, contenido o formato antes de lanzar el material definitivo.</p> <p>3. Presentación al cliente: Sirven como herramienta para mostrar ideas creativas a clientes o equipos, ayudando en la toma de decisiones.</p>	<p>Los bocetos y dummies son representaciones preliminares de piezas promocionales que permiten visualizar, ajustar y presentar ideas creativas antes de su producción final, facilitando la evaluación del diseño, contenido y funcionalidad del mensaje publicitario.</p>		<p>1.Mott. (2019, 16 octubre). DUMMY. mott.pe. https://glosario.mott.pe/marketing/palabras/dummy</p> <p>2. MarketingDirecto. (2023, 16 noviembre). Boceto. Marketing Directo. https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/boceto</p> <p>3.Sojo, F. P. (2024, 24 octubre). Boceto - Concepto, características, tipos, usos y ejemplos. Concepto. https://concepto.de/boceto/</p>

Minoristas

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<p>1. Promoción en punto de venta: Utilizan materiales visuales y ofertas dentro del establecimiento para atraer la atención del cliente.</p> <p>2. Relación directa con el consumidor: Los minoristas están en contacto inmediato con el comprador, lo que permite personalizar promociones.</p> <p>3. Activaciones de marca: Realizan eventos o demostraciones en tienda para generar experiencia y aumentar las ventas.</p>	<p>Los minoristas son intermediarios que venden productos directamente al consumidor final, y en medios promocionales actúan como canales clave para ejecutar estrategias de comunicación, promociones en punto de venta y activaciones que influyen en la decisión de compra.</p>		<p>1. Minorista - ¿Qué es un minorista? (s. f.). SumUp - una Forma Más Inteligente de Cobrar. https://www.sumup.com/es-es/facturas/glosario/minorista/</p> <p>2. Qué son los minoristas: GUÍA con tipos y ejemplos. (2022, 15 julio). Zendesk. https://www.zendesk.com.mx/blog/que-son-los-minoristas/</p> <p>3. ¿Qué es Minorista? Definición y características - Glosario Billin. (2024, 5 agosto). Billin. https://www.billin.net/glosario/minorista/</p>

Alicientes

Definición

Concepto Propio

Imagen

Bibliografía

1. Incentivo de compra: Son estímulos que motivan al consumidor a adquirir un producto o servicio, como descuentos o regalos.

2. Aumento del interés: Generan mayor atracción hacia una campaña o marca al ofrecer beneficios adicionales.

3. Tiempo limitado: Suelen usarse por un periodo corto para crear urgencia y acelerar la decisión de compra.

Los alicientes son estímulos estratégicos utilizados en medios promocionales para motivar al consumidor a realizar una acción específica, como comprar, participar o fidelizarse, mediante beneficios adicionales como descuentos, premios o exclusividades.



1. Fundación BBVA. (s. f.). Diccionario - Fundación BBVA. <https://www.fbbva.es/diccionario/aliciente/>

2. Cunningham, P. (2025, 2 febrero). ¿Qué es el Marketing de Recompensas y cómo utilizarlo para la adquisición, lealtad y retención de clientes? - Buyapowa. Buyapowa. <https://www.buyapowa.com/es/blog/que-es-el-marketing-de-recompensas/>

3. Tofiño, E. (2024, 19 noviembre). Marketing de incentivos: la nueva era hacia la fidelización. Galanta. <https://www.galanta.es/motivacion-e-incentivos/marketing-de-incentivos-era-hacia-la-fidelizacion/>