



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE
TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVO



GLOSARIO DE TERMINOS

Nombre del Alumno:

Luz melina morales mora

Profesor(a):

Sandra Juarez
Solis

Materia:

Medios
Promocionales

Grado y Grupo:

Tercer semestre,
CLM

Fecha de entrega: lunes 26 de Mayo de 2025

Estampillas comerciales

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<ol style="list-style-type: none"> 1. Son una forma de premio otorgado al comprar en un sitio de ventas al menudeo. El número y valor de las estampillas dependen del monto de la compra; los consumidores las acumulan y luego las canjean por mercancías. 2. Las estampillas comerciales son incentivos que se otorgan a los consumidores por sus compras, los cuales pueden ser acumulados y posteriormente canjeados por productos o descuentos. 3. Son pequeños cupones que los consumidores reciben al realizar compras, los cuales pueden ser coleccionados y canjeados por premios o descuentos en futuras compras. 	<p>Se definen como pequeñas recompensas que se entregan al consumidor por cada compra realizada. Al juntar cierta cantidad, pueden canjearse por productos, descuentos u otros beneficios. Se usan para fomentar la lealtad del cliente y motivarlo a seguir comprando.</p>	 <p>URL de la imagen: https://www.etsy.com/mx/listing/966464225/eleccion-50-go-ahorro-estampillas</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Composiciones de Colegio - princessz1. (s. f.). <i>Medios Promocionales De Venta Unidad 3</i> - https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/Medios-Promocionales-De-Venta-Unidad-3/1009656.html 2. Monografías Plus. (s. f.). <i>Promoción de ventas - 5381 Palabras</i> https://www.monografias.com/docs/Promocion-de-ventas-PKPNGYSQTS 3. Sánchez, A. J. (2021, 24 febrero). <i>Estrategias de promoción dentro de las 4 p</i> • <i>gestiopolis</i>. Gestiopolis. https://www.gestiopolis.com/estrategias-de-promocion-dentro-de-las-4-p/

Cupones minoristas

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<ol style="list-style-type: none"> Herramientas promocionales, en formato digital o impreso, que ofrecen descuentos o incentivos para influir en el comportamiento del cliente y fomentar su lealtad hacia la empresa. Los cupones minoristas son documentos que ofrecen descuentos o promociones especiales a los consumidores, incentivando la compra de productos específicos. Son certificados que permiten a los consumidores obtener descuentos o beneficios al adquirir productos en tiendas minoristas. 	<p>Se define como documentos o códigos que ofrecen un descuento o beneficio especial en una tienda o punto de venta. Los usan los comercios para atraer clientes, dar salida a productos o incentivar una compra específica dentro de un periodo determinado.</p>	<p>Comprender el poder de los cupones minoristas</p>  <p>URL de la imagen: https://fastercapital.com/es/contenido/Cupones-minoristas--como-utilizar-cupones-para-atraer-y-retener-a-sus-clientes-minoristas.html</p>	<ol style="list-style-type: none"> Kathia. (2025, 18 marzo). <i>VELA POS La importancia de los cupones en el comercio minorista</i>. VelaPOS. https://www.velapos.com/es/la-importancia-de-los-cupones-en-el-comercio-minorista/ Adogy. (2025b, febrero 28). <i>Promociones minoristas - Adogy</i>. https://www.adogy.com/es/terms/retail-promotions/ Martínez, A. C. (2012). Los portales verticales de marketing y publicidad en los medios sociales. <i>Vivat Academia</i>, 970-1001. https://doi.org/10.15178/va.2011.117e.970-1001

Degustaciones

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<ol style="list-style-type: none">1. Técnica de marketing que consiste en ofrecer pruebas del producto dentro del punto de venta, permitiendo a los consumidores experimentar su sabor y calidad, lo que puede llevar a una compra inmediata.2. Las degustaciones gratuitas en los supermercados tienen un propósito comercial basado en un mecanismo psicológico llamado "mecanismo de reciprocidad", que induce a los consumidores a sentir la necesidad de devolver el "obsequio" comprando el producto.3. La degustación es una acción de marketing, en la que las empresas ofrecen a los consumidores la oportunidad de probar gratuitamente sus productos alimenticios o bebidas. Estos eventos se organizan en lugares donde se concentra la audiencia objetiva,	<p>Se definen como técnicas promocionales que permite a los consumidores probar un producto (normalmente comida o bebida) de forma gratuita. Busca generar confianza, despertar el interés y aumentar la probabilidad de compra, sobre todo en productos nuevos.</p>	 <p>URL de la imagen: https://grupowdi.com/2017/08/11/degustaciones-punto-venta-lanzamiento-sunbites/</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Marketing de degustaciones. (2017, 12 noviembre). GrupoNovoEvent. https://www.gruponovoeve.com/2017/11/12/marketing-de-degustaciones/2. HuffPost, R. (2024, 10 octubre). Revelan el lado oscuro de las degustaciones gratuitas de los supermercados y piden mucha precaución. <i>ElHuffPost</i>. https://www.huffingtonpost.es/life/consumo/revelan-lado-oscuro-degustaciones-gratuitas-supermercados-piden-precaucion.html3. ¿Qué es? Degustación en marketing — Postmypost. (s. f.). https://postmypost.io/es/glossary/degusta%C3%A7%C3%A3o/

Muestreo

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<ol style="list-style-type: none">1. El muestreo de marketing es una técnica utilizada por las empresas para obtener información valiosa sobre sus clientes potenciales y sus preferencias.2. Un muestreo es un procedimiento que se lleva a cabo para tomar muestras que se consideran representativas de las características, la calidad o las condiciones medias de un conjunto mayor.3. El muestreo en marketing digital se refiere al proceso de seleccionar un subconjunto representativo de una población o conjunto de datos más grande, con el propósito de analizar, probar o medir elementos o tendencias específicas.	<p>Consiste en entregar una pequeña muestra gratuita del producto para que el cliente lo conozca. Es muy útil cuando se lanza algo nuevo al mercado, ya que permite que el consumidor pruebe antes de comprar y así generar una experiencia directa.</p>	 <p>URL de la imagen: https://universidadeuropea.com/blog/tipos-de-muestreo/</p>	<ol style="list-style-type: none">1. MarketingDirecto. (2021, 2 septiembre). <i>Muestreo</i>. Marketing Directo. https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/muestreo2. Ortega, C. (2024, 27 junio). <i>Muestreo: Qué es, tipos y características</i>. QuestionPro. https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo/3. Adogy. (2025a, febrero 28). <i>Muestreo - Adogy</i>. https://www.adogy.com/es/terms/sampling/

Caravanas

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<ol style="list-style-type: none">1. Medio promocional que utiliza vehículos especialmente preparados con anuncios creativos, equipos de sonido y pantallas para atraer la atención del consumidor y promocionar un producto o servicio.2. Las caravanas promocionales son estrategias de marketing que implican el uso de vehículos decorados y equipados para promocionar productos o servicios en diferentes ubicaciones.3. Son eventos itinerantes que recorren diversas zonas para promocionar productos o servicios, utilizando vehículos adaptados y personal capacitado para interactuar con el público.	<p>Son equipos promocionales móviles que recorren distintas zonas o eventos para presentar productos o servicios. Usan unidades decoradas, música, animadores o demostraciones para captar la atención del público y crear un impacto visual y emocional.</p>	 <p>URL de la imagen: https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/la-caravana-publicitaria-sena-de-identidad-del-tour-de-francia</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Ximena, P. N. (s. f.). 1.5 <i>medios p</i>. Scribd. https://es.scribd.com/document/629531197/1-5-medios-p2. Redacción. (2024, 8 diciembre). La caravana publicitaria, seña de identidad del Tour de Francia. <i>Marketing Directo</i>. https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/la-caravana-publicitaria-sena-de-identidad-del-tour-de-francia3. <i>Caravanas</i>. (s. f.). https://interamarketing.com/caravanas.html

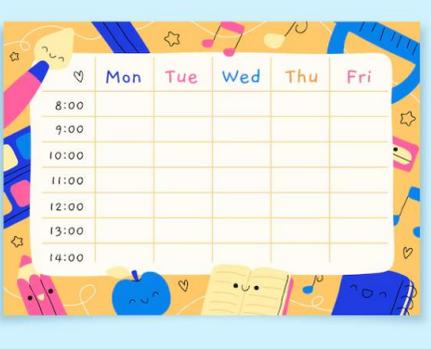
Evaluación

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<ol style="list-style-type: none"> 1. Proceso mediante el cual se determina el valor o la importancia de una actividad promocional, analizando su eficacia y eficiencia. 2. La evaluación en marketing implica analizar los resultados de las estrategias implementadas para determinar su impacto y efectividad en el mercado. 3. Es el proceso de medir y analizar el rendimiento de las actividades de marketing para identificar áreas de mejora y optimización. 	<p>Es el proceso de analizar si una campaña o estrategia promocional funcionó como se esperaba. Se miden resultados, se comparan con los objetivos y se identifican aciertos o áreas de mejora para futuras acciones.</p>	 <p>URL de la imagen: https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-de-marketing/</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Buscar</i>. (2020, 16 abril). LibreTexts Español. https://espanol.libretexts.org/Special:Search?qid=&fpid=230&fpth=&query=Evaluacion&type=wiki 2. Redacción. (2024b, diciembre 9). Cómo evaluar la eficacia de una idea publicitaria. <i>Marketing Directo</i>. https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/como-evaluar-la-eficacia-de-una-idea-publicitaria 3. Ceballos, G. G. (2019, 13 febrero). <i>Marketing para la evaluación de proyectos • gestiopolis</i>. Gestiopolis. https://www.gestiopolis.com/marketing-para-la-evaluacion-de-proyectos/

Control

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<ol style="list-style-type: none">1. Supervisión continua de las estrategias promocionales para identificar desviaciones y tomar medidas correctivas.2. El control de mercadotecnia es el proceso de monitorear y ajustar las estrategias publicitarias y de marketing para alcanzar los objetivos establecidos.3. Es la función administrativa que consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los hechos se ajusten a los planes y objetivos de las empresas.	<p>Se refiere al seguimiento que se hace durante una acción promocional para asegurarse de que todo se esté ejecutando como se planeó. Involucra supervisión, ajustes y correcciones en tiempo real para garantizar buenos resultados.</p>	 <p>URL de la imagen: https://www.comunicare.es/control-de-marketing/</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Libretexts. (2022, 1 noviembre). <i>Glosario</i>. LibreTexts Español. https://espanol.libretexts.org/Ciencias_Sociales/Inclusion_educacion_y_translanguaging_(Panagiotopoulou_Rosen_y_Strzykala)/%3A_Volver_Materia/20%3A_Glosario2. Mott. (2019, 18 septiembre). <i>Control de mercadotecnia</i>. mott.pe. https://glosario.mott.pe/marketing/palabras/control-de-mercadotecnia3. Prezi, G. P. O. (s. f.). <i>control de la mercadotecnia</i>. prezi.com. https://prezi.com/p/zghqihwjjqzc/control-de-la-mercadotecnia/

Time Table

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<ol style="list-style-type: none">1. Cronograma detallado que establece los tiempos y fechas para la ejecución de actividades promocionales.2. Un "time table" en marketing es una herramienta que permite planificar y organizar las actividades promocionales en un calendario específico.3. Es un programa que detalla las fechas y horas en las que se deben realizar las acciones de marketing, asegurando una ejecución oportuna.	<p>Es una herramienta que organiza todas las actividades de una campaña promocional en una línea de tiempo. Permite saber qué se hace, cuándo y quién lo hace, ayudando a que el proyecto avance de manera ordenada y puntual.</p>	 <p>URL de la imagen: https://www.freepik.es/vectores/timetable</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Libretexts. (2022b, noviembre 1). <i>Glosario</i>. LibreTexts Español. https://espanol.libretexts.org/Ciencias_Sociales/Inclusion_educacion_y_translanguaging_(Panagiotopoulou_Rosen_y_Strzykala)/zz%3A_Volver_Materia/20%3A_Glosario2. Redacción. (2024, diciembre 8). Cómo abordar la planificación de medios teniendo en cuenta la medición. <i>Marketing Directo</i>. https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/planificacion-teniendo-en-cuenta-medicion3. Montes, A. (2020, 27 agosto). <i>La importancia de crear un cronograma de marketing</i>. E-goi. https://blog.e-goi.com/es/importancia-cronograma-marketing/

Confidencialidad

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<ol style="list-style-type: none">1. Compromiso de mantener en secreto los detalles de campañas promocionales para proteger la ventaja competitiva y la información sensible de los clientes.2. La confidencialidad en marketing se refiere a la protección de información estratégica y datos sensibles relacionados con las campañas y los clientes.3. Es la obligación de las empresas de resguardar la información confidencial obtenida durante las actividades promocionales, evitando su divulgación no autorizada.	<p>Es el compromiso de mantener en privado toda la información sensible relacionada con una campaña, cliente o marca. Es clave para proteger ideas, estrategias o datos antes de su lanzamiento y evitar filtraciones o copias.</p>	 <p>URL de la imagen: https://www.esic.edu/rethink/tecnologia/confidencialidad-de-datos-que-es-y-cual-es-la-percepcion-del-consumidor</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Grupo McTree. (2025, 20 febrero). <i>Transparencia y confidencialidad en el marketing promocional: ¿Por qué son claves para la confianza del cliente?</i> – https://mctree.com.mx/transparencia-y-confidencialidad-en-el-marketing-promocional-por-que-son-claves-para-la-confianza-del-cliente/2. https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/privacidad-datos-centro-estrategia-marketing3. Jáuregui, A. (2013, 27 febrero). <i>Principios de ética del mercadeo por Internet</i> • gestiopolis. Gestiopolis. https://www.gestiopolis.com/principios-etica-mercadeo-internet/

Ambiente Promocional

Definición	Concepto Propio	Imagen	Bibliografía
<ol style="list-style-type: none">1. Conjunto de elementos sensoriales como luz, color, sonido y movimiento que afectan el comportamiento del consumidor en el punto de venta, utilizados estratégicamente para impulsar las ventas.2. El ambiente promocional se refiere a la creación de un entorno que apoya y refuerza la comunicación de la marca, combinando elementos como iluminación, música y decoración para crear una experiencia multisensorial.3. Es el entorno físico y emocional diseñado para influir en las decisiones de compra del consumidor, mediante la ambientación del espacio de venta.	<p>Se refiere a todos los elementos que rodean una promoción (como música, decoración, colores, uniformes o lenguaje) y que ayudan a crear una experiencia atractiva. Un buen ambiente promocional hace que el consumidor se sienta motivado y receptivo.</p>	 <p>URL de la imagen: https://tiempodenegocios.com/marketing-promocional/</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Cornelio, M. (s. f.). <i>ambiente promocional</i>. Scribd. https://es.scribd.com/document/462711718/ambiente-promocional2. Prezi, O. (s. f.). <i>El ambiente Promocional</i>. prezi.com. https://prezi.com/imefrhejd uhs/el-ambiente-promocional/3. Redacción. (2024d, diciembre 14). Un buen ambiente de compra, factor clave para que los clientes salgan de las tiendas con las manos llenas. <i>Marketing Directo</i>. https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/un-buen-ambiente-de-compra-factor-clave-para-que-los-clientes-salgan-de-las-tiendas-con-las-manos-llenas