Nota: Todas las actividades presenciales y en línea se cierran el 6/Mayo/2022

Preparatoria oficial No. 82 "José Revueltas"

Profr. Juan Gerardo Brito. **Comunidades Virtuales**

"Hay que alcanzar la exaltación verdadera, para lograrlo, hay que ser serenos, sin prisas, estudiar, trabajar y disciplinarse"

4to. semestre grupo: ____ Turno: _____ Código clase: _____ Fecha: _____

Alumno: _____

Clase No. 20 Influencer Publicidad Engañosa

Nota: Todas las actividades presenciales y en línea se cierran el 28/Abril/2023

Asesorías en Gral. Y de Classroom: miércoles de 17:00 a 17:40 y viernes de: 11:15 a 11:45.

Con la lectura de Influencer publicidad engañosa, contesta la tabla que se muestra a continuación:

A que se encuentra expuesto el consumidor y con qué opinión cuenta para la elección de compra:	
¿Para qué se usa al influencer?:	
¿Qué diferencia hay entre un Influencer y un famoso?:	
¿Cómo seleccionan a los influencer para garantizar el éxito y los objetivos empresariales?:	
Menciona y explica los 3 objetivos de investigación	**1,** _____ **2.** _____ **3.** _____
¿Qué estrategias del influencer es utilizada por parte de las empresas?	
¿Qué estrategias pueden utilizar cualquier sector?	
¿Qué es la publicidad engañosa?	
Según la ley general de Publicidad, en su título II la define como:	
¿Como se define el native advertising?:	
Menciona los dos experimentos de como perciben los consumidores la publicidad engañosa.	

Nota: Todas las actividades presenciales y en línea se cierran el 6/Mayo/2022

¿Cuál es el rol del influencer en las redes sociales?	
Qué menciona el trabajo de investigación de Scheer y Stern (1992:130)	
Dentro de la discusión de resultados cual es uno de los principales problemas que no se especifican:	
Cual fue el caso de la Warner Bross Entertainment:	
¿Qué ha provocado la falta de regulación a la publicidad digital?	
Qué ha sucedido en México por falta de regulación para la publicidad.	
Qué han hecho las regulaciones con algunos instagramers.	
Qué hacen algunos Youtubers, instagramers, blogueros, comentaristas en Facebook o Twitter con sus seguidores.	
¿Qué han hecho los consumidores para defenderse de la publicidad online?	