

Píldoras esenciales de publicidad

Por [Davinia Martín Critikián](#), [Fernando Marugán Solís](#), [Belén Ramírez Barredo](#)

05/02/2025 | <https://doi.org/10.63083/lamec.2025.11.rmm>

PILDORAS ESENCIALES DE PUBLICIDAD

Davinia Martín Critikián
Fernando Marugán Solís
Belén Ramírez Barredo



1

El documento ofrece un análisis integral sobre la publicidad, abordando su concepto, evolución y funciones dentro del marketing. Explica los elementos esenciales de la publicidad, su impacto persuasivo y las estrategias para lograr eficacia. También examina el marco legal que regula la actividad publicitaria, incluyendo sistemas de regulación y límites éticos.

[Descargar](#)

BIO

[Davinia Martín Critikián](#)

Universidad CEU San Pablo (España)

Doctora en comunicación, acreditada por ANECA y más de 13 años de experiencia en educación superior, comunicación estratégica y relaciones públicas. Especialista en redes sociales y comunicación corporativa, ha sido ponente en congresos internacionales, coordinadora de publicaciones científicas y supervisora de proyectos académicos.

[Más artículos del autor](#)

BIO

[Fernando Marugán Solís](#)

Universidad CEU San Pablo (España)

[Más artículos del autor](#)

BIO

[Belén Ramírez Barredo](#)

Universidad Complutense de Madrid (España)

[Más artículos del autor](#)

[La Mecedora Divulga](#) is licensed under [CC BY-NC-ND 4.0](#)

