

MERCADOCTENIA NUTRICIONAL



Licenciatura en nutrición
octavo cuatrimestre

Nombre de la profe


Daniela Méndez guillen

Nombre del alumno

Andrea yuliana calvo López

Fecha

12-02-2021



CONCEPTOS BASICOS MERCADOCTENIA



el consumidor

se refiere a la forma en que compran los consumidores finales

individuos y hogares que adquieren bienes y servicios para consumo personal

las etapas en el

proceso de decisiones de compra son el reconocimiento de la necesidad

comportamiento del consumidor

proceso de compra en el que los consumidores finales adquieren un producto o servicio

concepto de marca

adquiere cierta marca por la imagen que esta proyecta en el mercado

marca es todo

nombre que se le puede dar a un producto

un buen posicionamiento que tiene preferencia del publico

el público le da un

juicio de valor a la marca simbólicamente tiene un lugar preferencial en la mente del publico

a lo largo del tiempo las marcas se relacionan

con la calidad, la satisfacción, del cliente y el posicionamiento

producto

se define

cualquier cosa, favorable o desfavorable, que una persona recibe en un intercambio

conjunto de atributos tangibles e intangibles

que pueden incluir

empaquete, color, precio, calidad y marca más los servicios y reputación del vendedor

el componente del producto se puede clasificar

producto interseco, embalaje o condicionamiento, marca, funcionamiento

forma de definir los atributos de un producto

calidad del producto, características del producto, estilo y diseño del proceso

promoción

es transmisión de información del vendedor al comprador

se refiere al

producto o la empresa que lo fabrica o vende

tiene tres fines básicos

informar, persuadir, recordar

dentro del concepto genético se incluye

un conjunto de actividades de comunicación con el mercado meta

distribución

el punto de partida del canal de distribución es el productor

el conjunto de personas u organizaciones

que están entre el

productor y el consumidor son los intermediarios

en este sentido el canal

funciones pueden agruparse en las siguientes

reducción del número de transacciones, educación de la oferta a la demanda

creación de surtido, movimiento físico del producto a su último

precio

son la suma de los costos fijos y variables

para cualquier determinante de producción

diversas clases de costos

el costo fijo total, el costo variable total,

el costo variable promedio, el costo total

el costo total promedio, el costo marginal

los elementos componentes del precio

el costo total, el análisis marginal, la condición competitiva del mercado