

- 
- Materia: Mercadotecnia nutricional
 - Carrera: Nutrición.
 - Semestre / cuatrimestre: 8vo.
Cuatrimestre.
 - Alumno: Alicia Marqueni Morales Santizo.

COMITAN DE DOMINGUEZ A 22/01/2021

Introducción:

En este ensayo se plasmará lo entendido acerca de lo anteriormente leído en la unidad uno de la antología.

La mercadotecnia es el proceso de planear, y de ejecutar la concepción de diversos precios, promociones, la distribución de ideas, bienes y servicios para crear algunos intercambios que puedan satisfacer los objetivos de cada persona y de cada empresa.

La mercadotecnia nutricional hoy en día se conoce como un término que a medida en que pasa el tiempo se va usando con más frecuencia, se relaciona con la venta de alimentos, productos con diversos enfoques nutricionales.

Mercadotecnia en nutrición

1.1. ¿Qué es la mercadotecnia?

A medida en que el tiempo va pasando, las cosas van cambiando, como lo es la mercadotecnia, quizá anteriormente no era muy común pero hoy en día se ha vuelto algo que puede caracterizarnos. La mercadotecnia se fue conociendo poco a poco, se comenzó a dar a conocer mediante la televisión, la radio y medios escritos.

En el caso de la mercadotecnia nutricional, los alimentos que normalmente se dan a conocer más son aquellos que tienen una alta cantidad en grasas saturadas y/o azúcares, con muy poca cantidad en nutrientes, que son de gran beneficio para nuestro cuerpo y nuestra salud.

La mercadotecnia es conocida como un proceso proceso y administrativo, mediante el cual una o un conjunto de personas cumplen sus satisfacciones con cosas materiales, es decir:

comprando cosas o productos, haciendo intercambios donde ambos tengan sus propios beneficios y cumplan sus necesidades.

1.2 Ética de la mercadotecnia

La ética es conocida como un conjunto de normas relacionadas con nuestro comportamiento, que normalmente son aceptadas por algún grupo de personas.

Esta se relaciona con el estudio de la moral y de la acción humana es conocido como la ciencia del comportamiento humano.

En la ética de la mercadotecnia, se habla acerca de la moral que tiene cada persona o cada empresa, es decir, si los productos que estos sacan a la venta, realmente logran satisfacer las necesidades o cumplen las expectativas que estos prometen.

1.3 Mercadotecnia social

La mercadotecnia social se basa en el uso de principios y técnicas de la mercadotecnia convencional, para que de esta manera se pueda llegar a más personas y se pueda influenciar la aceptación, el rechazo, la modificación o el rechazo total (abandono).

La mercadotecnia social tiene como objetivo principal beneficiar al individuo a una comunidad o a una población.

1.4 La mercadotecnia en la actualidad

Hoy en día la mercadotecnia ya no necesita tanto de la televisión, las radios o los escritos para dars a conocer, hoy en día basta con el internet y las redes sociales, existen diversas páginas especiales para esto, en donde podemos ejecutar algún negocio, de diferentes tipos

aparte de que ha ido mejorando para los clientes, desde la comodidad, velocidad, precio, información hasta la práctica del marketing

Conclusión

La mercadotecnia es una gran opción para obtener un sinfín de cosas, encontrándolas a un precio accesible, satisfaciendo las necesidades de cada persona, creo que el cómo ha ido mejorando es asombroso, es de gran utilidad y puede usarla todo tipo de persona, a nosotros estudiantes de nutrición también nos puede beneficiar en grandes aspectos, como la venta de alimentos saludables entre otras cosas.

FUENTE:

UDS. (2021).MERCADOTECNIA NUTRICIONAL. COMITAN DE DOMINGUEZ: UDS.