



Mi Universidad

Súper Nota

Nombre del Alumno: Carlos Alberto Avendaño Ballinas

Nombre del tema: Concepto de mercadotecnia, ética de la mercadotecnia y mercadotecnia social

Parcial: Primer parcial

Nombre de la Materia: Mercadotecnia Nutricional

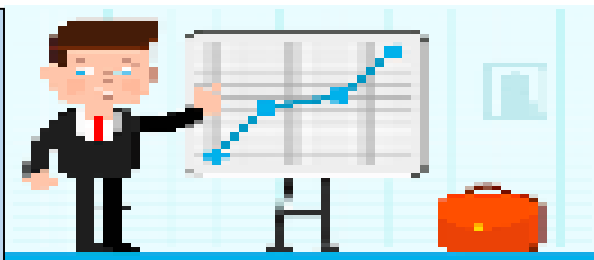
Nombre del profesor: Gerardo Garduño

Nombre de la Licenciatura: Nutrición

Cuatrimestre: 8

Concepto de mercadotecnia, ética de la mercadotecnia y mercadotecnia social

¿Qué es la mercadotecnia? es un proceso social y administrativo mediante el cual, grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. Se trata de entender todo lo que hay detrás de una venta, para motivarla e incentivarla, la planeación de marketing implica decidir las estrategias de marketing que ayudaran a la compañía a alcanzar sus objetivos estratégicos generales.



Ética de la mercadotecnia: La ética es el conjunto de normas de comportamiento generalmente aceptadas por una sociedad, La actual ética de negocios en realidad consiste de una sub serie de valores de vida importantes y aprendidos desde el nacimiento, los valores que las personas relacionadas con los negocios usan para tomar decisiones los adquieren a través de instituciones familiares, educativas y religiosas.



Mercadotecnia social: La responsabilidad social de una empresa puede ser bastante compatible con el concepto de marketing, esta compatibilidad depende de dos cosas: que tan ampliamente percibe una empresa sus metas de marketing y lo dispuesta que está a invertir para lograrlas. Una organización que extiende las dimensiones de amplitud y compromiso de sus metas de marketing lo suficiente para cumplir su responsabilidad social, pone en práctica lo que se conoce como el concepto de marketing social.



La mercadotecnia en la actualidad: La era digital ha cambiado fundamentalmente las opciones de los clientes sobre comodidad, velocidad, precio, información del producto y servicio, las actividades de la mercadotecnia contribuyen en forma directa a la venta de los productos de una organización, además de crear oportunidades para realizar innovaciones en ellos, y eso es la importancia de que la mercadotecnia se valla adaptando a los cambios que se están presentando.



BIBLIOGRAFIA.

UDS 2022: ¿Qué es la mercadotecnia? (1.1)

UDS 2022: Ética de la mercadotecnia (1.2)

UDS 2022: Mercadotecnia social (1.3)

UDS 2022: La mercadotecnia en la actualidad (1.4)