

**Nombre de alumno: Ayla Ebed Zacarías
Bartolón**

**Nombre del profesor: Yaneth del Rocio
Espinosa Espinosa**

Nombre del trabajo: [Supernota](#)

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Mercadotecnia nutricional

Grado: 8° cuatrimestre

Grupo: “A”

Conceptos básicos mercadotecnia

El consumidor

1 Comportamiento de compra del consumidor: Se refiere a la forma en que compran los consumidores finales- individuos y hogares que adquieren bienes y servicios para consumo personal-. Todos estos consumidores finales combinados constituyen el mercado del consumidor.



Concepto de marca

En general, el consumidor adquiere cierta marca por la imagen que ésta proyecta en el mercado y el posicionamiento que ha logrado en la mente de los clientes potenciales.

2

Producto

3 Definimos un producto como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad.



Promoción

Se debe también dar a conocer al mercado la existencia del producto y los beneficios que reporta su uso al consumidor. Es decir, debe promocionarse el producto

4

Distribución

5 Para ir del productor al consumidor, el bien o servicio elaborado debe pasar a través de algún medio. Este medio es el canal de ventas. El término canal sugiere un camino o ruta por el que circula el flujo de productos desde su creación en el origen hasta llegar a su consumo o uso en el destino final.

Precio

Los costos totales son la suma de los costos fijos y variables para cualquier determinado de producción.

6

(UDS, 2023)

Bibliografía

UDS. (17 de ENERO-ABRIL de 2023). *MERCADOTECNIA NUTRICIONAL* . Obtenido de ANTOLOGIA

UDS :

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LNU/c059d79f85ea8f1f9d9020a9a28c4bca-LC-LNU801.pdf>