



NOMBRE DE ALUMNO: ROXANA BELEN LOPEZ LOPEZ

NOMBRE DEL PROFESOR: YANETH DEL ROSIO ESPINOSA ESPINOSA

NOMBRE DEL TRABAJO: SUPERNOTA

MATERIA: MERCADOTECNIA NUTRICIONAL

GRADO: 8VO

GRUPO: "A"



Mercadotecnia Nutricional

1.1 ¿QUE ES LA MERCADOTECNIA?

El impacto que está teniendo el uso de la mercadotecnia y otros medios para ofrecer alimentos está influyendo en gran manera en los hábitos alimenticios de la población joven. Además, con la llegada de las tecnologías como internet, celular, las estrategias de la industria se han movido más allá que solo anuncios por televisión, ampliaron sus opciones y ahora dan promoción de sus productos por internet o más personalizado



1.2 ETICA DE LA MERCADOTECNIA

La ética es el conjunto de normas de comportamiento generalmente aceptadas por una sociedad. Tenga en cuenta que la ética va más allá de las leyes que establecen las reglas mínimas que una sociedad conviene cumplir



1.3 MERCADOTECNIA SOCIAL

Marketing 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.



1.4 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. Por lo tanto, el marketing actual demanda nuevas formas de razonar y actuar. Las compañías deben conservar la mayoría de las habilidades y prácticas que les han funcionado en el pasado, pero también añadir nuevas capacidades y practicas si esperan poder crecer y prosperar en el cambiante entorno digital de hoy en día.

