

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

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

Nombre del trabajo: [Supernota](#)

Materia: Mercadotecnia nutricional

Grado: 8° cuatrimestre

Grupo: “A”

MERCADOTECNIA

EN NUTRICION

1. ¿QUÉ ES LA MERCADOTECNIA?

Proceso social y administrativo por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros



2. ÉTICA DE LA MERCADOTECNIA

sirve para impulsar a los profesionales a tomar decisiones moralmente correctas, es decir, no solo a tener en cuenta el beneficio económico a la hora de desarrollar una estrategia, sino también la perspectiva moral de dichas acciones



3. MERCADOTECNIA SOCIA

Principio de marketing ilustrado que sostiene que una compañía debe tomar decisiones de marketing considerando los deseos del consumidor, los requerimientos de la compañía, y los intereses de largo plazo de la sociedad y de los consumidores.



4. LA MERCADOTECNIA EN LA ACTUALIDAD

Ha evolucionado de manera tal que ha desarrollado técnicas que permiten que cualquier producto o servicio cuente con un diseño y estrategia de distribución que impulse su éxito, y de esta manera responda a las demandas del consumidor, logrando atraparlo y concretar una venta.



Estrategia de marketing en la era digital: Realizar negocios en la era digital requiere un nuevo modelo de la estrategia y práctica del marketing.

Referencias

(UDS, 2023)

Bibliografía

UDS. (18 de ENERO-ABRIL de 2023). *MERCADOTECNIA EN NUTRICION*. Obtenido de ANTOLOGIA

UDS :

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