



Nombre del Alumno: Fátima Guadalupe Aguilar Vázquez

Nombre del tema: Unidad 1

Parcial: Primero

Nombre de la Materia: Mercadotecnia Nutricional

Nombre del profesor: Patricia Del Rosario Luna Gutiérrez

Nombre de la Licenciatura: Nutrición

Cuatrimestre: Octavo

MERCADOTECNIA EN NUTRICIÓN

¿Qué es la mercadotecnia?

Es diseñar estrategias para las empresas a partir de los objetivos que persiguen, entre ellos, aumentar las ventas, obtener más ganancias y alcanzar una mayor participación de mercado.

Distribuir y comercializar productos que los consumidores puedan pagar, para eso es necesario que haga una investigación sobre lo que quiere y necesita el público, efectuar pruebas de mercado, darlo a conocer a través de la publicidad y definir canales de distribución.

Ética de la mercadotecnia

Consiste en tomar decisiones de marketing moralmente correctas, teniendo en cuenta no solo el beneficio empresarial sino la perspectiva moral y los alcances sociales de sus acciones.

Entonces, aplicar la ética dentro de una empresa está lejos de ser estrategia de Marketing o publicidad. Al contrario, debe ser una filosofía que permee todas las acciones y personas dentro de esta.

Mercadotecnia social

El uso de las técnicas de la mercadotecnia para difundir ideas que beneficien a la sociedad.

Su objetivo es que las personas adopten ideas o comportamientos positivos y eviten actitudes que se consideran perjudiciales.

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.

Mejorar la eficiencia de los procesos de producción, ayudar a las empresas a identificar y atender a las necesidades y deseos de los consumidores, y generar ingresos y empleo.