U D S

UNIDAD II

CUADRO SINÓPTICO

PROFA: DANIELA GUILLEN
ALUMNA: MARIA JOSE RUIZ MEZA

8º LICENCIATURA EN NUTRICIÓN

Conceptos básicos mercadotecnia

- **El consumidor**
  - Comportamiento de compra del consumidor:
  - consumidores finales- individuos y hogares que adquieren bienes y servicios para consumo personal-.
- **Consumidor**
  - Individuo, grupos u organizaciones que utilizan el producto final, servicio o idea.
  - Es aquel que utiliza las mercancías o artículos que compra ya sean bienes o servicios producidos.
  - puede considerarse a aquel individuo que usa o dispone finalmente el producto o servicio en cuestión.
- **Marca**
  - Marca es todo nombre que se le puede dar a un producto, esta puede ser una palabra un número, un signo o las iniciales.
  - es muy importante guardar una buena imagen de la marca para que la gente quiera seguir cerca de ell
- **Producto**
  - 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.
  - El desarrollo de un producto o servicio implica definir los beneficios que ofrecerá. Estos beneficios se comunican y entregan a través de atributos del producto como calidad, caracteristicas, y estilo y diseño
- **Promoción**
  - Como instrumento de la mercadotecnia, la promoción tiene como objeto comunicar la existencia
  - Es transmisión de información del vendedor al comprador, cuyo contenido se refiere al producto o la empresa que lo fabrica o vende.
- **Distribución**
  - Usa laptops / tabletas para tomar notas más rápidamente
  - Para ir del productor al consumidor, el bien o servicio elaborado debe pasar a través de algún medio.
- **Precios**
  - Los costos totales son la suma de los costos fijos y variables para cualquier determinado de producción.
  - Diversas clases de costos
    - Costo fijo total
    - Costo fijo promedio
    - Costo variable promedio
    - Costo marginal

Presented with xmind