



NOMBRE DE ALUMNO: María José Ruiz Meza

NOMBRE DEL TRABAJO: INVESTIGACION

MATERIA: Mercadotecnia Nutricional

GRADO: 8VO.

GRUPO: NUTRICIÓN

La mercadotecnia es la actividad humana que pretende satisfacer las necesidades, los deseos y expectativas de los consumidores por medio de procesos de intercambio. También es un proceso social y administrativo por el individuo y grupos obtienen lo que necesitan, lo que desean a través de la creación y el intercambio de productos y valor con otros.

Es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta a fin de lograr los objetivos de la organización.

La mercadotecnia consiste en un grupo de conceptos básicos que se llevan adelante con el fin de aumentar el objetivo comercial, en particular aquellos relacionados con la demanda. Sus principios radican en el análisis de los procedimientos y los recursos para poder alcanzar ese fin

Necesidad: Estado de privación que tiene una persona

Deseos: La forma de simbolizar una necesidad; depende de la cultura y personalidad individual

Demandas: Los deseos y los recursos son limitados por lo que les dan mayor satisfacción por su dinero

Productos: cualquier cosa que pueda satisfacer un deseo, necesidad o demanda

Intercambio: acto de obtener un objeto a cambio de otro

Mercado: Es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto

Se clasifica a la mercadotecnia por territorio, naturaleza del propósito, comercial o social.

Mercadotecnia comercial: tiene un punto de compra – venta

Mercadotecnia social: compra – venta de servicios de calidad, cumple con características propias de localidad, población y región

Mercadotecnia local: se desarrolla en una localidad, población o región determinada y considera las características específicas del lugar

Mercadotecnia global: consiste en la posibilidad y oportunidad de operar comercialmente en cualquier lugar del mundo

Mercadotecnia comercial: va dirigido al mercado de consumo y por otra parte al mercado industrial. Ambas partes están dirigidos a bienes tangibles y a intangibles.

Mercadotecnia internacional: posibilidad de operar entre dos o más países.

Mercadotecnia nacional: aplica las 4 Ps. Al mercado de consumidores

- Producto
- Plaza
- Promoción
- Precio

Ética de la mercadotecnia son las decisiones.

La mercadotecnia en la actualidad se trata de conocer al cliente, pero no a través de encuestas que responde racionalmente, sino de a través de la observación de sus comportamientos *in situ*, cuando compra, descubrir y analizar sus emociones, conocerlo, incluso mejor de lo que se conoce él mismo.

Hoy en día la mercadotecnia ha experimentado una transformación considerable debido a los avances tecnológicos, los cambios en el comportamiento del consumidor y las nuevas dinámicas del mercado.

La Mercadotecnia como concepto, es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, para satisfacer necesidades de consumo, a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.