



**NOMBRE DEL ALUMNO: SYLVIA MILETH GUTIERREZ CITALAN**

**TEMA :CUADRO SINOPTICO UNIDAD 2**

**MATERIA: MERCADOTECNIA**

**NOMBRE DEL PROFESOR: DANIELA MONSERRAT MENDEZ GUILLEN**

**LICENCIATURA EN NUTRICIÓN**

**OCTAVO CUATRIMESTRE**

**COMITÁN DE DOMÍNGUEZ CHIAPAS. 9 DE FEBRERO DEL 2024**

# CONCEPTOS BÁSICOS MERCADOTECNIA

## El consumidor

Es aquel que utiliza las mercancías o artículos que compra ya sean bienes o servicios

Comportamiento del consumidor

Son actos, procesos y relaciones sociales sostenidas por individuos

## Concepto de marca

Todo nombre que se le puede dar a un producto, esta puede ser

- Una palabra
- Número
- Signos
- Iniciales

Pilares base para construir una marca

1. Nombre
2. Logotipo
3. Isotipo
4. Color
5. Tipografía
6. Slogan
7. Cultura institucional
8. Escenario
9. Objetivos

## Producto

Cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, y consumo

### Componentes

- Calidad
- Características
- Estilo y diseño

# CONCEPTOS BÁSICOS MERCADOTECNIA

## Promoción

Es transmisión de información del vendedor al comprador, cuyo contenido se refiere al producto.

### Fines básico

- Informar
- Persuadir
- Recordar

## Distribución

Facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a manos del consumidor

Este medio es el canal de ventas

Sugiere un camino o ruta por el que circula

El flujo de productos desde su creación el destino final.

## Precio

Los costos totales son la suma de los costos fijos y variables

Elementos componentes del precio

- El costo total más una ganancia deseada
- El análisis marginal
- Las condiciones competitivas del mercado

## **BIBLIOGRAFÍA**

**Universidad del Sureste 2024. Antología de Mercadotecnia Nutricional Unidad 2. Recuperado el 09 de Febrero de 2024.**