

**Nombre de alumno: Diana Isabel
García Guillén.**

**Nombre del profesor: Alejandro
Aguilar Morales.**

**Nombre del trabajo: Mapa
Conceptual.**

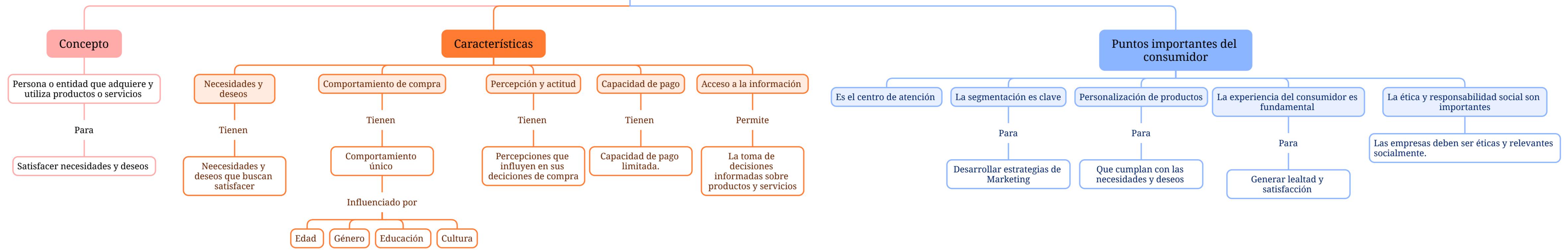
PASIÓN POR EDUCAR

**Materia: Prácticas en Nutrición
Clínica I.**

Grado: 8°

Grupo: A

El consumidor



Marca

Concepto

Activo intangible que representa la identidad y personalidad de una empresa.

Características de una marca

Identidad única

Debe

Tener identidad única que la difiera de otras marcas.

Reconocimiento

Debe

Ser reconocida por sus clientes y prospectos.

Asociación

Debe asociarse con

Valores Beneficios Atributos

Consistencia

Debe ser consistente en

Comunicación Presentación

Diferenciación

Debe ser

Diferente de otra

Puntos clave para la marca

Es un activo muy valioso

Debe ser protegida

Contra

La competencia desleal

Debe ser consistente

En su

Comunicación Presentación

Debe ser flexible

Para

Adaptarse a los cambios

Debe ser medida

Para

Evaluar su rendimiento

Bibliografía:

Universidad del sureste (2025). Antología Mercadotecnia nutricional..