



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

MERCADOTECNIA NUTRICIONAL

UNIDAD I

ACTIVIDAD: MAPA CONCEPTUAL

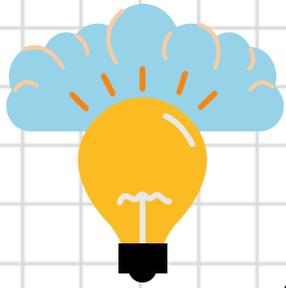
CATEDRATICO: ALEJANDRO AGUILAR MORALES

ALUMNA: KARLA DANIELA PINTO LARA

LICENCIATURA EN NUTRICION

8°A

26 DE ENERO DE 2025



¿QUE ES LA MERCADOTECNIA?

¿QUE ES?

una disciplina reflexiva, autocrítica, que debe ser reactiva, incluso proactiva frente a la sociedad (el mercado) y frente a los sistemas mediáticos (instrumentos de influencia)

FINALIDAD:

identificar las tendencias actuales sobre las cuales trabaja la mercadotecnia, de tal forma que se definan las distintas estrategias que existen en el mundo actual

PHILIP KOTLER¹

es el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al intercambiar bienes y servicios.

INVOLUCRA

estrategias de mercado, de ventas, estudio de mercado, posicionamiento de mercado entre otras.

MERCADOTECNIA RACIONAL

la comunicación uno a uno o el mercadeo personalizado, es la consecuencia de los progresos en materia de tecnológica, particularmente las telecomunicaciones, siendo Internet uno de los principales vectores permitiendo la difusión de información "a la demanda".

E-MARKETING

es la adaptación de los procesos, de técnicas y los métodos de la mercadotecnia a la tecnología de Internet.

BIBLIOGRAFIA:

**Universidad del sureste (2025), antología de
mercadotecnia nutricional pp: 9-11.**

**[https://www.plataformaeducativauds.com.
mx/assets/docs/libro/LNU/5613cea6814410f
aaa4404dd49b8a87f-LC-](https://www.plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LNU/5613cea6814410f
aaa4404dd49b8a87f-LC-)**

**LNU801%20MERCADOTECNIA%20NUTRICIO
NAL.pdf**