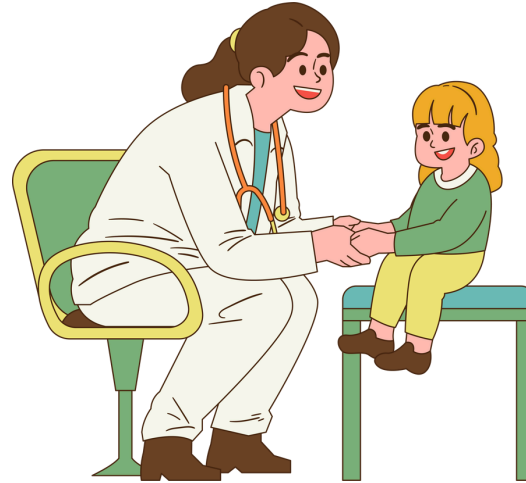


UNIDAD I

MERCADOTECNIA NUTRICIONAL



CUADRO SINÓPTICO
ALUMNO: GÓMEZ ESPINOZA SERGIO DANIEL
DOCENTE: AGUILAR MORALES ALEJANDRO
UDS
24/01/2025

ÉTICA EN LA MERCADOTECNIA

Stanton, Etzel y Walker

“Para nuestros propósitos basta decir que la ética

es el conjunto de normas de comportamiento aceptadas generalmente por una sociedad”

Sistema

total de actividades que incluye un conjunto de procesos

mediante los cuales se identifican las necesidades y/o deseos existentes en el mercado para satisfacerlos de la mejor manera posible

Promueve

el intercambio de productos y/o servicios de valor con los clientes

a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa, da lugar a una amplia variedad de desafíos éticos que los mercadólogos deben asumir al ser responsables ante diversos grupos

Ética en la Mercadotecnia

es un subconjunto de normas morales o de comportamiento

que son aceptadas generalmente por una sociedad o grupo y que rigen las actividades y procesos de la mercadotecnia.

CÓDIGO DE ÉTICA EN LA MERCADOTECNIA

con la finalidad de que los responsables y colaboradores del Departamento de Mercadotecnia tengan una idea clara de lo que es y no es ético para la empresa.

Son reglas y normas formalizadas que describen qué espera una empresa de sus empleados

REFERENCIAS

Antología de la UDS de México. (2025). Mercadotecnia nutricional.