

MERCADOTECNIA NUTRICIONAL



PROF. ALEJANDRO AGUILAR MORALES
ALUM. KAROL FIGUEROA MORALES

ética de la mercadotecnia

DEFINICIÓN

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

BENEFICIOS DEL COMPORTAMIENTO ÉTICO

- Generación de Confianza.
- Captación de Buenos Clientes, Proveedores, Empleados, Distribuidores y Otros
- Protección contra la Publicidad Negativa.
- Satisfacción Personal y Paz Interior

DISYUNTIVAS ÉTICAS

Según Lamb, Hair y McDaniel

- Ofrecer y/o dar sobornos a jefes de compras para conseguir la venta de productos o servicios
- Recibir sobornos de proveedores, distribuidores u otros para favorecerlos directa o indirectamente

CÓDIGO DE ÉTICA

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