

ACTIVIDAD 2, MAPA CONCEPTUAL



**“Conceptos de
mercadotecnia”**

ASIGNATURA: Mercadotecnia nutricional

PROFESORA: Alejandro Aguilar Morales

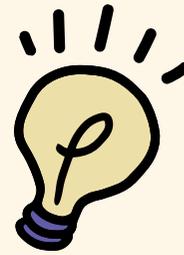
ALUMNA: JAZMIN BERNABE GALICIA

8avo. CUATRIMESTRE

15/02/25



MAPA CONCEPTUAL



CONSUMIDOR

persona o entidad que adquiere y utiliza productos o servicios para satisfacer sus necesidades y deseo

Es el enfoque principal de cualquier estrategia de marketing, siendo el objetivo final de cada negocio.

CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

- Cumplir necesidades y deseos
- Comportamiento de compra
 - Percepcion y actitud
 - Capacidad de pago
 - Acceso a la información

PUNTOS IMPORTANTES SOBRE EL CONSUMIDOR

- Es el centro de atención
- Importante entender sus necesidades
- Personalización del producto
- Experiencia del consumidor
- Ética y responsabilidad

MARCA

Una marca es un nombre, término, signo, símbolo o diseño que identifica y diferencia un producto o servicio de una empresa de sus competidores, representando su identidad y personalidad.

CRACTERÍSTICAS

- Identidad única
- Reconocimiento
 - Asociación
 - Consistencia
 - Diferenciación

BIBLIOGRAFÍA:

*Universidad del Sureste. (2025). Antología de Mercadotecnia
nutricional [Archivo PDF].*