1. **Dentro del marketing ¿qué es una necesidad, un deseo y una demanda? ¿Cómo se relacionan?**

Philip Kotler (2003) dice que el concepto más básico en el que se apoya el marketing es el de necesidades humanas, y define necesidades, deseos y demanda de la siguiente manera:

Las necesidades son estados de carencia percibida. Incluyen necesidades físicas básicas de alimentos, ropa, calor y seguridad; necesidades sociales de pertenencia y afecto, y necesidades individuales de conocimiento y autoexpresión. Son un componente básico del ser humano.

Los deseos son las formas que adoptan las necesidades humanas moldeadas por la cultura y la personalidad individual. Dos personas pueden necesitar alimento, pero uno puede desear comer una hamburguesa con papas fritas, y el otro arroz con lentejas. Los deseos son moldeados por la sociedad en que uno vive, se describen en términos de objetos que satisfacen necesidades.

La demanda ocurre cuando el deseo está respaldado por el poder de compra. La gente tiene deseos casi ilimitados pero recursos limitados; por tanto, quiere escoger los productos que le provean de un valor y satisfacción mayores a cambio de su dinero.

1. **Investiga y escribe cuál es la diferencia entre marketing y la publicidad.**

¿Qué es el marketing?

El marketing es la disciplina que se encarga de estudiar el comportamiento de los mercados y de los consumidores. Su principal finalidad es atraer, captar, retener y fidelizar a nuevos clientes; en resumidas cuentas, se trata de aumentar las ventas de una marca o empresa.

**¿Qué es la publicidad?**

La publicidad es una forma de comunicación dirigida a los consumidores que tiene como objetivo incrementar el consumo de un producto o servicio, mejorar la imagen de una marca o reposicionarla dentro de la mente del consumidor. En la distinción entre marketing y publicidad, la publicidad sería una parte del marketing, ubicada dentro de las estrategias de promoción.

**La diferencia entre marketing y publicidad se da de la siguiente manera.**

El marketing se centra en la creación de un mercado para el producto y la construcción de la reputación, mientras que la publicidad se centra en la búsqueda de la atención del público.