



## Segmentación de Mercados.

### 1. Objetivo:

El participante conocerá, comprenderá y estará en capacidad de hacer la segmentación de su mercado tomando en cuenta el perfil de su consumidor.

### 2. A quien va dirigido:

Personal del Área de mercadotecnia y áreas afines.

### 3. Temario:

- ▶ Segmento de Mercado.
- ▶ Segmentación de Mercado.
- ▶ Tipos de Segmentación de Mercados.
- ▶ Requisitos de la Segmentación de Mercado.
- ▶ Características de una buena Segmentación.
- ▶ Criterios y Bases para una Segmentación de Mercados.
- ▶ Tablas para Consumidores.
- ▶ Proceso de Segmentación de Mercados.
- ▶ Ventajas de la Segmentación de Mercados.
- ▶ Posicionamiento Estratégico.
- ▶ Tipos de Posicionamiento.
- ▶ Método para Posicionar un Producto.
- ▶ Ejemplos de Posicionamiento.

### 4. Material:

Apuntes de apoyo, ejercicios y presentaciones en power point.

### 5. Metodología:

Presentación del Tema.

Ejemplos de aplicación de los conceptos.

Ejercicios acerca del tema.

Evaluación constante tanto personal como de grupo.

### 6. Duración:

El curso puede tener una duración de hasta doce horas con la dosificación que convenga a quien contrata.

### 7. Acreditación.

Evaluación escrita:

Se tomará en cuenta asistencia y participación.

