

1. En relación a los tipos de mercado.

Elaborará una presentación en power point en donde identifique los tipos de mercado como el de consumo, industrial, revendedores, gubernamental e internacional.

2. En relación a la segmentación de mercados y variables para la segmentación.

Se realizará un mapa conceptual que integre las principales variables utilizadas para una adecuada segmentación de mercados.

3. En relación al mercado meta y posicionamiento en el mercado.

Elaboración de una práctica aplicada a una empresa de la región, en donde los/las participantes ejemplifiquen como adoptan las estrategias de posicionamiento y segmentación la empresa sujeto de estudio.

Definir los diferentes segmentos que atiende la empresa

Establecer cuáles son los criterios de selección del mercado

Identificar en un mapa perceptual de 4 dimensiones a los principales competidores y la posición en relación a la empresa que tienen ganada en la mente del consumidor (realizar una encuesta para determinar las percepciones de los consumidores).