



Mi Universidad

conceptos

NOMBRE DEL ALUMNO: JUAN JOSE PEREZ MENDEZ

NOMBRE DEL TEMA: CONCEPTOS

MATERIA: RELACIONES PUBLICAS

CATEDRÁTICO: RAUL RAMIREZ GUTIERREZ

LICENCIATURA: ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS

CUATRIMESTRE: 7° SÉPTIMO

FECHA: 7-DICIEMBRE -2023

1.- Que es el estudio de mercado?

Es el proceso mediante el cual realizamos la recolección y análisis de información que sirve para identificar las características de un mercado y comprender cómo funciona.

2.- Que es el público objetivo?

Es el conjunto de consumidores, clientes ideales o compradores que se dirigen a una empresa con el objetivo de seducirlos con un producto o servicio determinado.

3. Como se realiza la segmentación de mercado y que variables son utilizadas para la segmentación?

- + Segmenta tu mercado total.
- + Elige el mercado objetivo.
- + Selecciona el público meta.
- + Crea la estrategia de marketing ideal para tu público meta.
- + Aplica las acciones que diseñaste.
- + Mide tu desempeño.

Variables demográficas (Género y edad)

Variables psicográfica (hábitos de consumo, gustos y preferencias de la población objetivo)

Variables geográficas (local, regional ..)

Variables conductuales

4.- Como se determina el valor del mercado potencial?

- **Mercado disponible:** parte del mercado potencial que tiene una fuerte motivación para adquirir el producto, en ocasiones, una necesidad.
- **Mercado efectivo:** todavía más concreto, son los compradores del mercado disponible que no solamente tienen necesidad, sino que están decididos a comprarlo.
- **Mercado meta:** es el mercado objetivo al que una empresa apunta. Es decir, el objetivo de ventas que la empresa define para un periodo de tiempo. Es el segmento más pequeño e incluye los compradores que con seguridad adquirirán el producto.

5.- Como se determinan las expectativas y actitudes del público objetivo

Las expectativas son todas las situaciones y resultado que el cliente espera de cada interacción con la empresa, evaluación del producto.

Las actitudes del público, son los sentimientos e intenciones de comportamiento de una persona hacia la empresa.

8.- Análisis FODA?

Es un instrumento de planificación estratégica Técnica para intercambio de ideas

Nos sirve para Identificar y evaluar Ayuda a presentar un panorama de la situación.