



Nombre del alumno : Ximena Adyelen Trujillo Solís.

Nombre del profesor: Aldo Irecta Nájera

Nombre del trabajo :Unidad 2, segmentación, selección y posicionamiento de mercados.

Parcial: 2

Materia : Mercadotecnia

Grado: 5 cuatrimestre.

Licenciatura: Administración y Estrategias de negocios.

Comitán de Domínguez, Chiapas a 8 de Febrero de 2025.

SEGMENTACIÓN, SELECCIÓN Y POSICIONAMIENTO DE MERCADOS.



SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación de mercado es una estrategia, a nivel de marketing, que consiste en la división del público (de una marca o empresa) en pequeños grupos en los que sus miembros comparten una serie de características concretas.

SELECCIÓN DE MERCADO

Selección de mercados se denomina al proceso de reflexión y elección de mercados exteriores donde la empresa va a desarrollar sus actividades de marketing internacional.

Dado que un país es, generalmente, una "unidad de mercado", que para operar en cualquier parte del mismo encontramos unas reglas comunes



POSICIONAMIENTO DE MERCADO

El posicionamiento de mercado es la capacidad de influir en la percepción del cliente con respecto a una marca o un producto en relación con los competidores.

El objetivo del posicionamiento en el mercado es establecer la imagen o la identidad de una marca o un producto para que los consumidores lo perciban de una manera determinada.



BIBLIOGRAFÍA

Parvaez, M. (2023, 30 noviembre). Posicionamiento de mercado (¿qué es y cómo lograrlo). *QuestiaPro*. <https://www.questiaopro.com/ Blogs/ps/posicionamiento-de-mercado/>

UBS ANTIOQUIA (2025) MERCADOTECNIA

