

Reporte de Lectura

Tema:	Motivación
-------	-------------------

Ficha de la fuente de información.

No. 1	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos). Sitio web PDF</i> <u>Segmentación Psicográfica, Conociendo al Consumidor</u>
-------	--

Palabras claves.

Referencia APA.

Segmentación psicográfica, conociendo al consumidor. (s.f.). ITAM.

<http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Segmentacion%20Psicografica,%20Conocedor.PDF>

RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

Texto (literal con número de página)

La segmentación de mercados es el proceso de agrupar consumidores de acuerdo a características comunes. Un segmento de mercado está formado por un grupo identificable con deseos, necesidades, poder adquisitivo, actitudes de compra o hábitos similares a los que las características del producto o servicio podrían satisfacer (p.2).

Reporte de Lectura

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

La segmentación de mercados consiste en agrupar a los consumidores según características comunes. Cada segmento reúne individuos con deseos, necesidades, poder adquisitivo y hábitos similares que pueden ser atendidos por un producto o servicio específico (Klainer s.f.).