



# Identificación de necesidades en colectivos vulnerables

**Sku:** CT2487

**Horas:** 13

**Formato:** HTML

## CONTENIDOS

### **1. Población objetivo sensible o vulnerable en materia de consumo.**

- 1.1. Concepto.
- 1.2. Población vulnerable por situaciones de inferioridad o falta de transparencia.
- 1.3. Sectores, empresas y productos y/o servicios sensibles en materia de consumo.

### **2. Técnicas de segmentación de mercados aplicados al consumo.**

- 2.1. Naturaleza y proceso de la segmentación del mercado de los consumidores.
- 2.2. La segmentación del mercado según criterios de protección al consumidor.

### **3. Aplicación de las técnicas de segmentación para la identificación y caracterización de colectivos vulnerables.**