



**Nombre del alumno:** Monserrat López Nandayapa

**Nombre del profesor:** Gerardo Garduño Ortega

**Nombre del trabajo:** Mapa conceptual

**Materia:** Mercadotecnia En Salud

**Grado:** 2do. Cuatrimestre

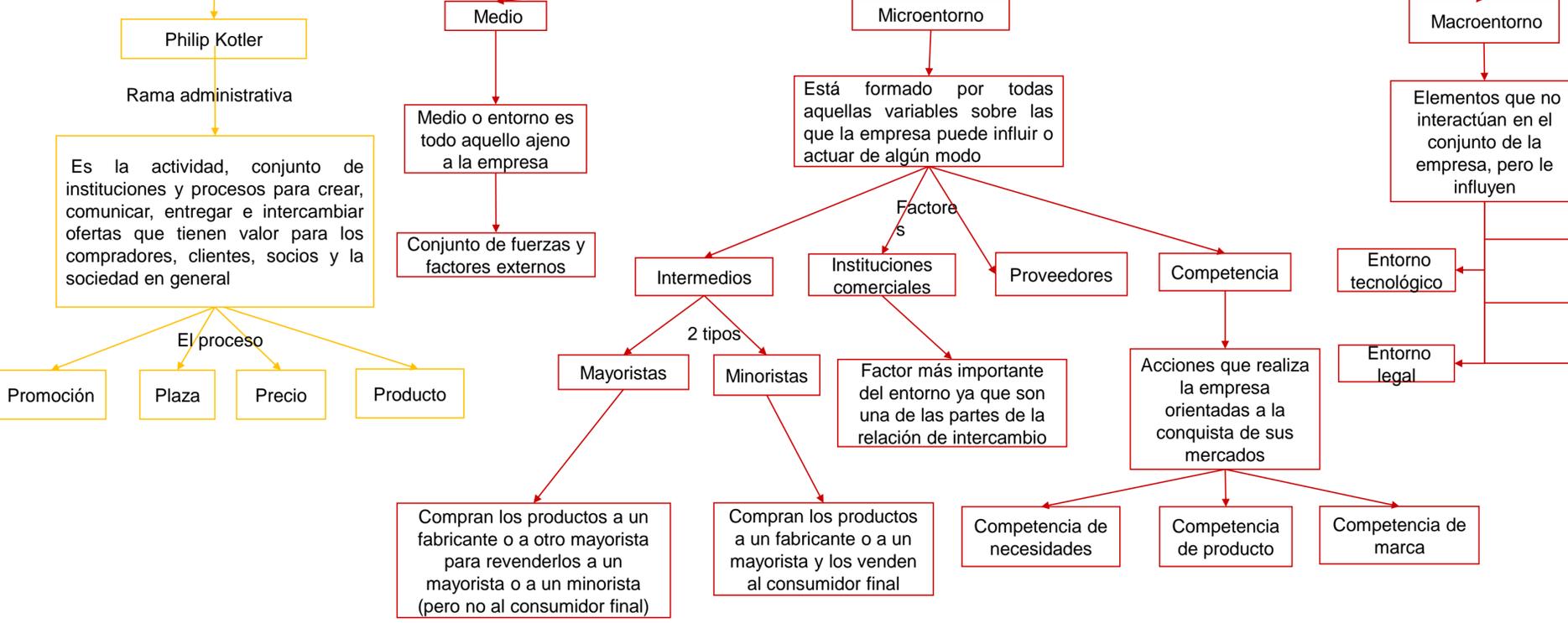
**Grupo:** Mixto – virtual



FUNDAMENTOS DE LA MERCADOTECNIA EN SALUD

DIMENSIONES Y USOS DE LA MERCADOTECNIA SANITARIA

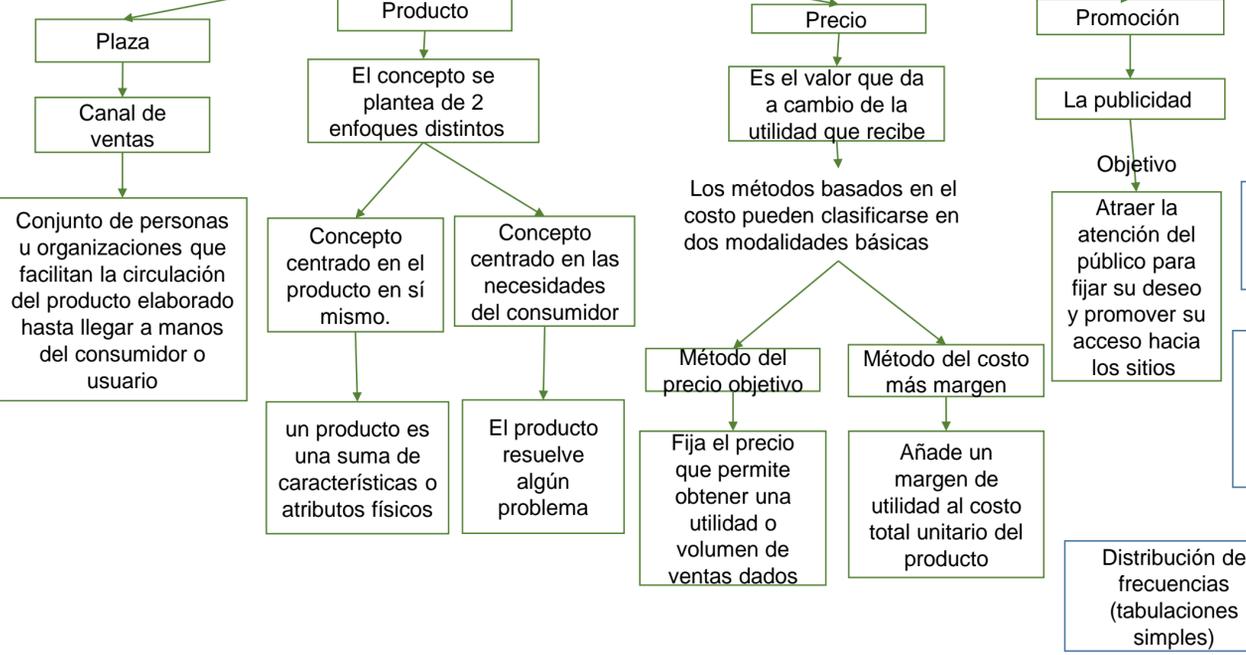
Las etapas que genera la mercadotecnia se basan en el desarrollo de sus actividades de manera lógica y establecida



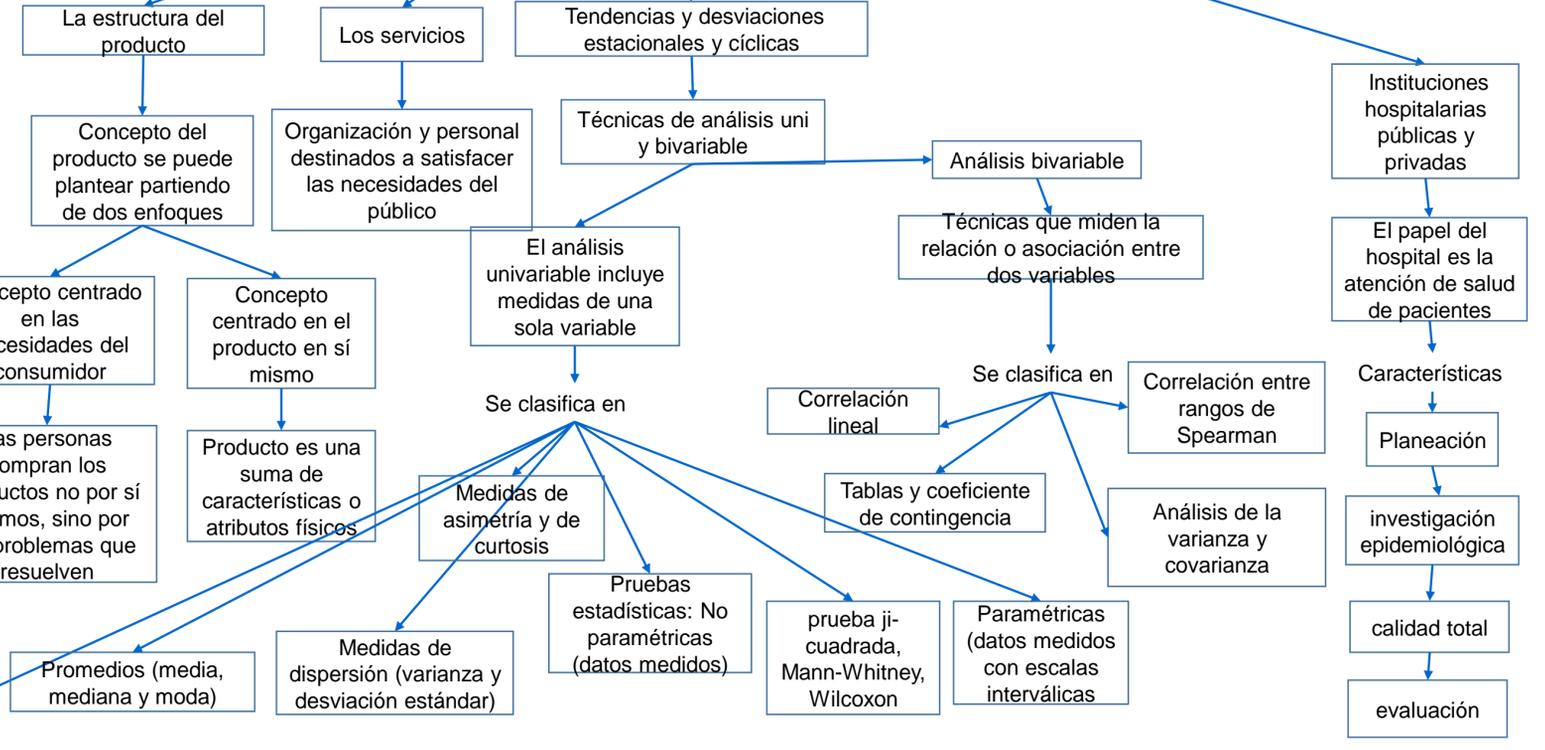
MEZCLA BÁSICA DE LA MERCADOTECNIA EN LAS INSTITUCIONES HOSPITALARIAS

Analiza las principales actividades de una empresa

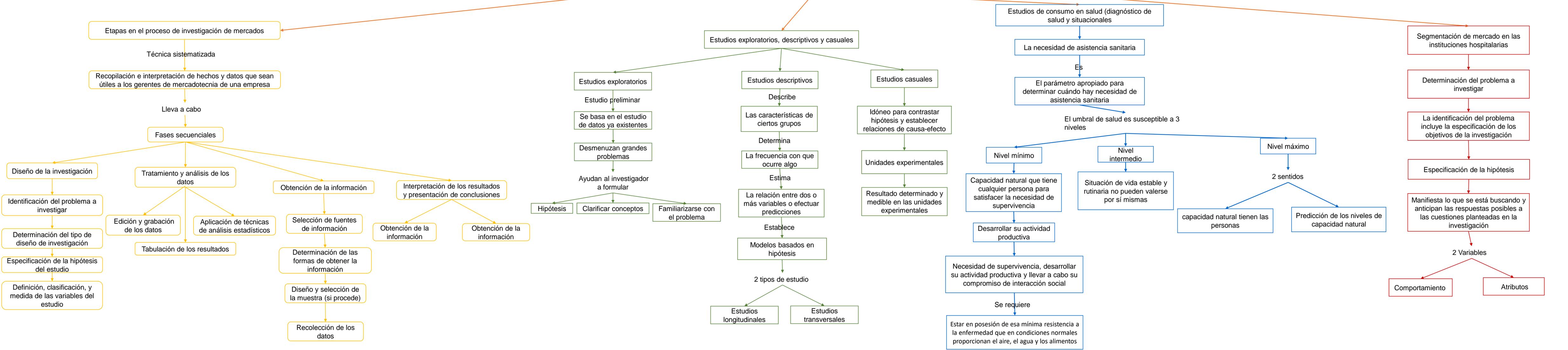
Abarca las 4 P'S



EL PRODUCTO EN LAS INSTITUCIONES HOSPITALARIAS



# INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ❖ Ayuso Murillo, D. y Grande Sellera, R. F. (Dir.). (2014). La apertura de un hospital. Ediciones Díaz de Santos.
- ❖ García Cerdeño, Antonio, «Una aproximación hacia la teoría de la venta», segunda parte, Esic Market, 63, enero-marzo de 1989, pp. 63-82
- ❖ Garduño Ortega, G. (2021) *Desarrollo organizacional*