



Nombre del alumno: Zunun Ortiz Karla Isabel

Nombre del profesor: Garduño Ortega Gerardo

Nombre del trabajo: Mapa Conceptual.

Materia: Mercadotecnia en Salud

Grado: I

Maestría en Administración en Sistemas de Salud.

Chiapas a 6 de enero de 2022.

ESTUDIOS DE CONSUMO EN SALUD

implica todo un proceso de adquisición y utilización de los bienes y servicios de salud a fin de obtener de ellos una satisfacción o utilidad directa en términos de mejora del nivel de bienestar.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ETAPAS EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

Es una técnica sistematizada de recopilación e interpretación de hechos y datos útiles a los gerentes de mercadotecnia de una empresa.

- Definición del problema, los objetivos y las oportunidades.
- Diseño de la investigación.
- Obtención de la información y datos.
- Tratamiento y análisis de datos.
- Interpretación y presentación de los resultados.
- Acciones basadas en datos.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO EN LAS INSTITUCIONES

Proceso mediante el cual se identifica las necesidades de los diferentes grupos poblacionales.

CLASIFICADA EN

- Hipótesis
- Definición, clasificación y medida de las variables
- Fuentes de información
- Encuesta
- Cuestionario
- Diseño

ENTREVISTAS EXPLORATORIAS

La finalidad principal del estudio exploratorio es el descubrimiento de ideas y conocimientos.

ESTUDIOS DESCRIPTIVOS

Tiene como finalidad describir las características de ciertos grupos, determinar la frecuencia con que ocurre algo, estimar la relación entre dos o más variables o efectuar predicciones.

ESTUDIOS EXPERIMENTALES O CAUSALES

Es idóneo para contrastar hipótesis y establecer relaciones de causa-efecto, por el control que proporciona al investigador

MERCADOTECNIA EN SALUD

MERCADOTECNIA

Es una de las ramas administrativas que, en una aproximación personal, es de las más subestimadas. Tiene como objeto mejorar la comercialización de un producto.

MERCADOTECNIA EN LAS INSTITUCIONES HOSPITALARIAS

Es una especialización de la administración en salud y enfoque de la salud pública que aplica principios y teorías de la mercadotecnia tradicional



FUNDAMENTOS DE LA MERCADOTECNIA EN SALUD

INSTITUCIONES HOSPITALARIAS PÚBLICAS Y PRIVADAS.

El hospital es una empresa de servicios y por lo tanto no se debe diferenciar de las otras empresas en sus elementos técnicos administrativos.

PUBLICO

son financiados con fondos estatales, así que, como resultado, no pueden rechazar a nadie

PRIVADO

Tienen el derecho a rechazar el tratamiento de una persona.

TENDENCIAS Y DESVIACIONES ESTACIONALES Y CÍCLICAS.

1. Técnicas de análisis univariable y bivariable
2. Técnicas de análisis multivariable

DIMENSIONES Y USOS DE LA MERCADOTECNIA SANITARIA

MEZCLA BÁSICA DE LA MERCADOTECNIA EN LAS INSTITUCIONES

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

ETAPAS

- ✓ Medio
- ✓ Microentorno
- ✓ macroentorno

EL PRODUCTO EN LAS INSTITUCIONES HOSPITALARIAS.

Cada hospital tiene una estructura propia según sus necesidades y cada país ha establecido diferentes organizaciones acordes con su realidad.

- Consulta ambulatoria (Externa) general y especialista.
- Atención domiciliaria.
- Emergencias.
- Hospitalización.
- Servicios de apoyo y complementación terapéutica.

ESTRUCTURA DEL PRODUCTO

Proporciona una clasificación jerárquica de los elementos que forman un producto.

- 1.-Producto genérico
- 2.- Producto esperado
- 3.-Producto aumentado
- 4.-Producto potencial

LOS ESTUDIOS

Es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado

CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS

- Intangibles
- Indivisibles
- Heterogéneos
- No se pueden conservar

Analiza las principales actividades de una empresa: creación, distribución, promoción e intercambio de bienes y servicios

- 4 P's
- ✓ Producto
- ✓ precio
- ✓ plaza
- ✓ promoción



REFERENCIAS

- Antología UDS.
- Bryan Salazar Lopez, 01 de julio, 2019. Variaciones.com
- Javier Sánchez Galán, 13 de febrero, 2016 Servicio. Economipedia.com
- Laura D. Galvez, 13 de agosto, 2020. Blogcontent.com

UDS