Nombre del alumno: Stephanie de Jesús González Morales

Nombre del profesor: Gerardo Garduño Ortega

Nombre del trabajo: cuadro sinóptico “unidad II y III”

Materia: Mercadotecnia en sistemas de salud

Grupo: MAS02SSC1021-A

Comitán de Domínguez Chiapas a 14 de enero de 2022.

Mercadotecnia en sistemas de salud

- La competencia en el mercado
  - La competencia actúa como limitaciones en el diseño de las estrategias de mercadotecnia.
    - Maneras de identificar a los competidores
      - Expansión del mercado
        - Sus delimitaciones territoriales
      - Expansión del producto
        - Expande sus servicios ofreciendo otro tipo de cosas de lo habitual
      - Integración hacia atrás
        - Producción propia y los clientes llegan a ser los competidores.
      - Integración hacia adelante
        - Los mismos proveedores llegan a ser los competidores.
- Precio
  - Valor monetario de un producto
    - Métodos de fijación de precios
      - *Método basado en costos*
      - Método del costo más margen
      - Método del precio objetivo
        - Los precios bajos
          - La estrategia es dar a precios bajos los productos de baja calidad.
        - Los precios altos
          - Los productos garantizan una calidad alta por su precio alto.
- La mezcla promocional
  - "la publicidad acerca el consumidor al producto"
    - La publicidad promociona a los productos de la empresa dando a conocer a la sociedad.
      - Publicidad del fabricante
        - Los fabricantes dan a conocer su nuevo producto a los consumidores y comerciantes.
      - Publicidad a los consumidores
        - Trata de informar sobre el producto, su precio y lugar de ventas a los consumidores.
      - Publicidad del comerciante
        - Promueve la linea de productos, marcas, o productos de esta manera las estara promoviendo.
- La publicidad
  - Transmite información a través de varios medios de comunicación para promocionar un producto.
    - Aspectos de la publicidad
      - 1.Promueve el producto de manera que esta influya en la sociedad.
      - 2.Es una comunicación masiva unilateral e impersonal.
      - 3.La publicidad es pagada por el emisor quien es el primer interesado en dar a conocer su producto.
      - 4.los emisores son identificados fácilmente ya que un producto va dirigido hacia cierta audiencia de la sociedad.
- Los medios de promoción
  - La publicidad es una forma de promoción. Esto es usado con la finalidad de que el producto sea aceptado.
    - El mensaje que se da depende de lo que se quiere transmitir y a que audiencia va dirigida.
      - El mensaje se formula por medio de palabras, ilustraciones, imágenes y sonidos.