



Nombre del alumno: Juan Carlos Rivera Arias

Nombre del trabajo: Mapa conceptual de fundamentos de la mercadotecnia en salud e investigación de mercados

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Mercadotecnia en salud

Grado: 1er CUATRIMESTRE

Villahermosa, Tabasco. Enero del 2022

MERCADOTECNIA

Que es

Consiste en el desarrollo de una eficiente distribución de mercancías y servicios a determinados servicios públicos del consumidor.

DIMENSIONES Y USOS DE LA MERCADOTECNIA SANITARIA

Es

El desarrollo de sus actividades de manera lógica y establecida. Si bien, estos procesos son coordinados entre sí, presentan sutiles diferencia que establecen una interconexión ordenada y coherente.

MECLA BASICA DE LA MERCADOTECNIA EN LAS INSTITUCIONES HOSPITALARIAS: Analiza las principales actividades de una empresa: creación, distribución, promoción e intercambio de bienes y servicios, que para efectos de la materia denominaremos satisfactores.

EL PRODUCTOEN LAS INSTITUCIONES HOSPITALARIAS: La misión fundamental del hospital está centrada en resolver con calidad los problemas de salud de sus pacientes, en esta labor debe colocar todos sus esfuerzos administrativos, humanos y financieros.

LA ESTRUCTURA DEL PRODUCTO: Levitt, considera que un producto es una combinación de tangibles e intangibles y distingue entre el producto genérico, el producto esperado.

LOS SERVICIOS: El servir se define como: Trabajar para una persona o entidad.

INSTITUCIONES HOSPITALARIAS PUBLICAA Y PRIVADAS: El papel del hospital es la atención de salud de pacientes, para el efecto debe tener en cuenta características como la Planeación, la investigación epidemiológica, la calidad total, etc.

ETAPAS EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN DEL MERCASO

Que son

El diseño de la investigación, la obtención de la información, el tratamiento y análisis de los datos y la interpretación de los resultados y presentación de conclusiones.

ESTUDIOS EXPLORATORIOS, DESCRIPTIVOS Y CASUALES

Que es

Estudio exploratorio es el descubrimiento de ideas y conocimientos. El estudio descriptivo tiene como finalidad describir las características de ciertos grupos.

ESTUDIOS DE CONSUMO DE SALUD

Constituyen unas circunstancias que obligan a establecer prioridades, asegurar la equidad y evaluar cualitativamente las necesidades.

BIBLIOGRAFIA

- Fischer, Laura y Espejo Jorge. (2017). Mercadotecnia. Ciudad de México: Mcgraw Hill.
- Gerardo Garduño Ortega, (2021). Mercadotecnia en sistemas de salud.