



Nombre de alumno(a): JENNIFER PEREZ PEREZ

Nombre del profesor: GERARDO GARDUÑO ORTEGA.

**Nombre del trabajo: MERCADOTECNIA EN SISTEMAS DE SALUD.
(Mapa conceptual.)**

Materia: MERCADOTECNIA EN SISTEMAS DE SALUD.

Grupo: A

08 de Enero del 2022, Comitán de Domínguez chis.

Mercadotecnia.

Instituciones hospitalarias.

Comparten:

- Enseñanzas.
- Experiencias.
- Protección.
- Evaluación.
- Programas.
- Proyectos.

Para obtener:

Bienestar de la población.

Dimensiones.

Se dividen en:

Medio.

Microentorno.

Macroentorno.

Proveedores.

Intermediarios.

Competencia.

Demográfico.

Económico.

Cultural y social.

Legal y político.

Tecnológico y ambiente.

Mezcla.

Estructurada por:

Producto.

Precio

Costo margen

Precio objetivo.

Plaza

Reducción de núm. Transiciones.

Oferta a la demanda.

Promoción.

- Publicidad del fabricante.
- Publicidad dirigida.
- Publicidad a los industriales.
- Publicidad a los comerciantes.

Estrategia.

Producto

- ❖ Consulta externa.
- ❖ Atención domiciliaria.
- ❖ Emergencias.
- ❖ Hospitalización.
- ❖ Servicios de apoyo terapéutico.

Estructura.

Lo que vende la empresa y el negocio en la que esta debe hacerse una perspectiva amplia.

Servicios

Publica

Privadas

Se clasifican.

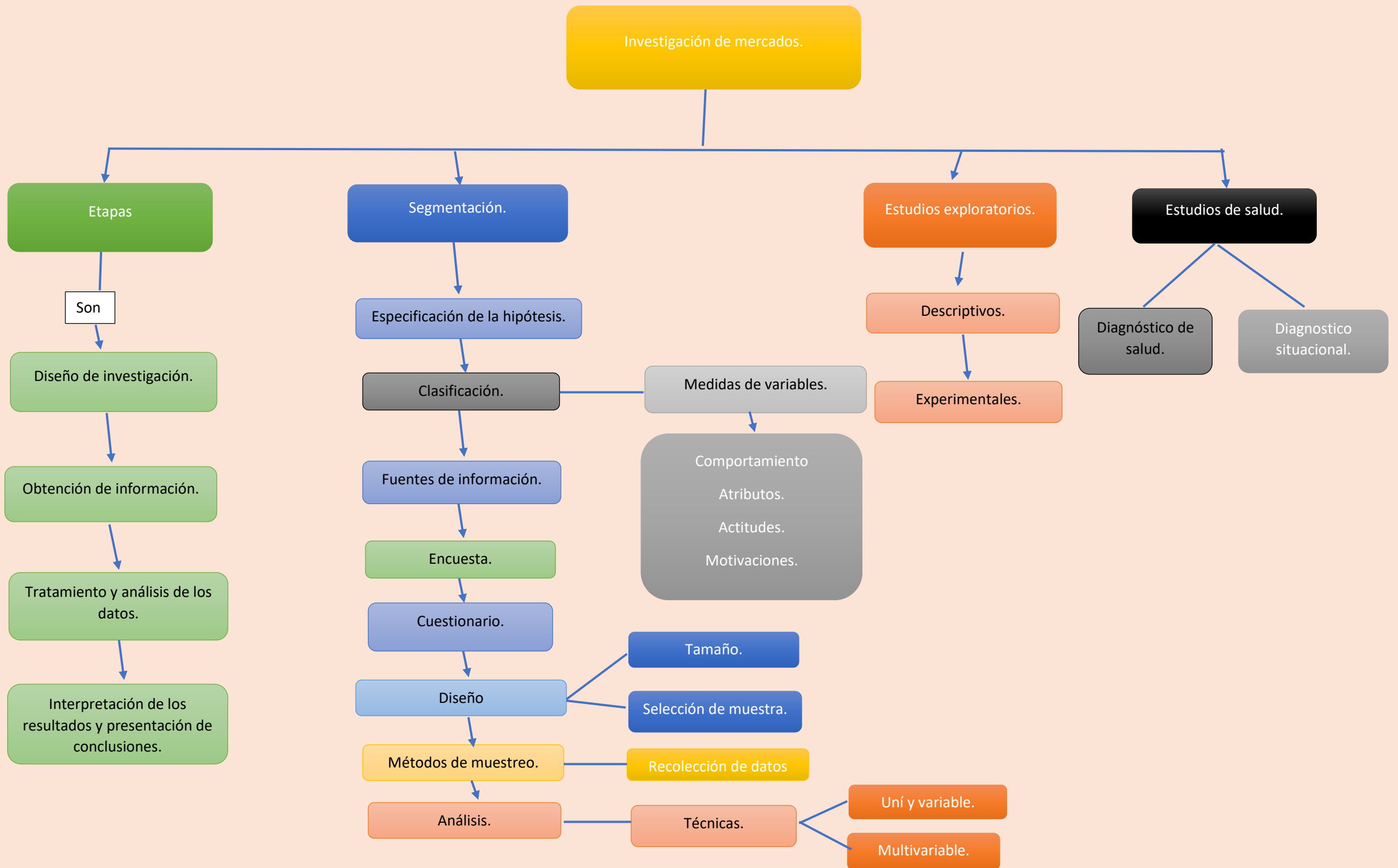
- ✓ Calidad total.
- ✓ Investigación y docencia.
- ✓ Tiene esquema o guías de manejo.
- ✓ Proceso de planeación.

- ✓ Tecnológica.
- ✓ Física.
- ✓ Humana.
- ✓ Administrativa-financiera.

Obtener

Análisis uní y bivariable.

Análisis multivariable.



Bibliografía

Fischer, Laura y Espejo Jorge.(2017).

Mercadotecnia. Ciudad de México: McGraw Hill.