



Nombre del alumno: Viviana Jacqueline
Monjaras Ventura

Nombre del profesor: Gerardo Garduño
Ortega

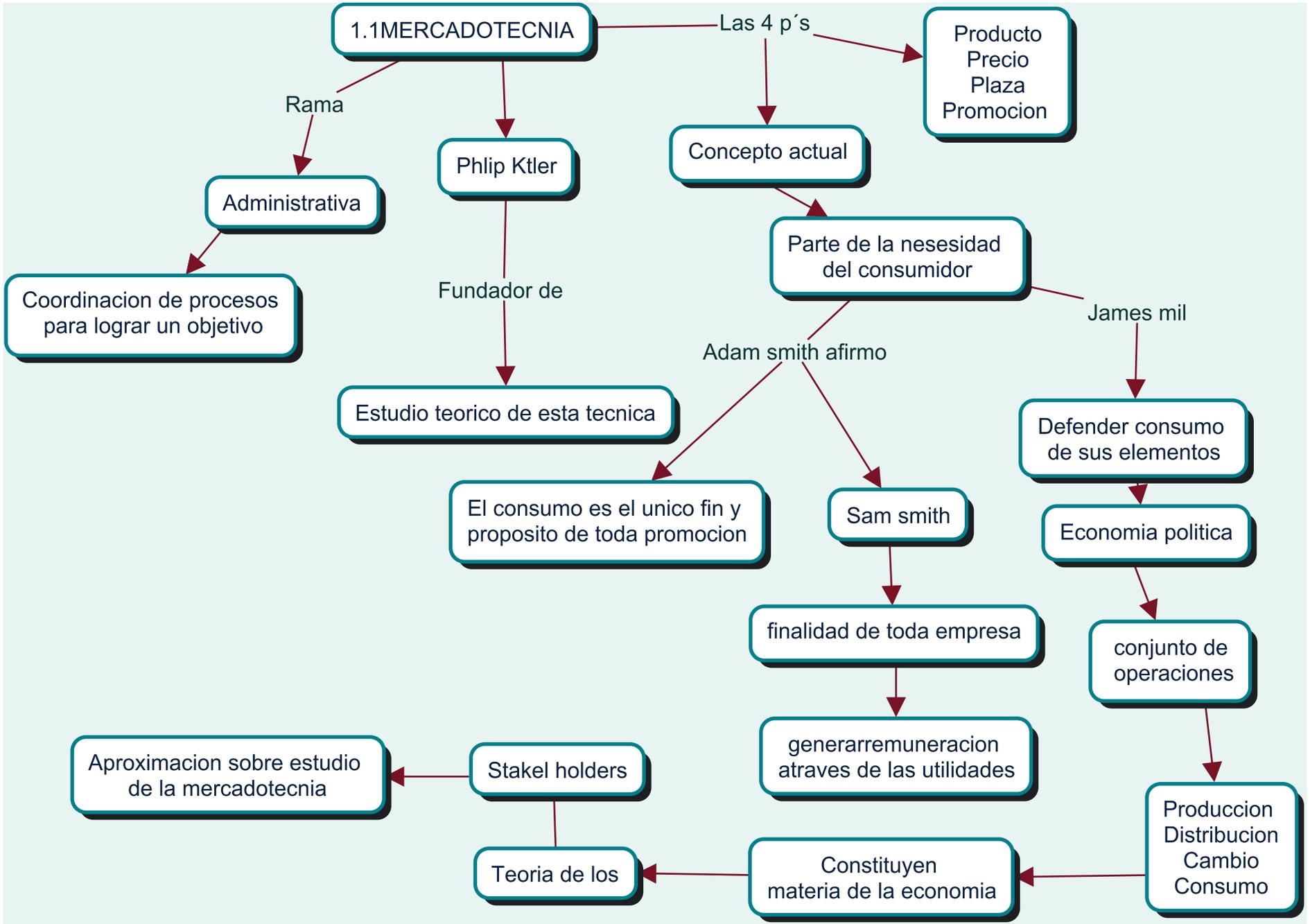
Nombre del trabajo: Mapa Conceptual

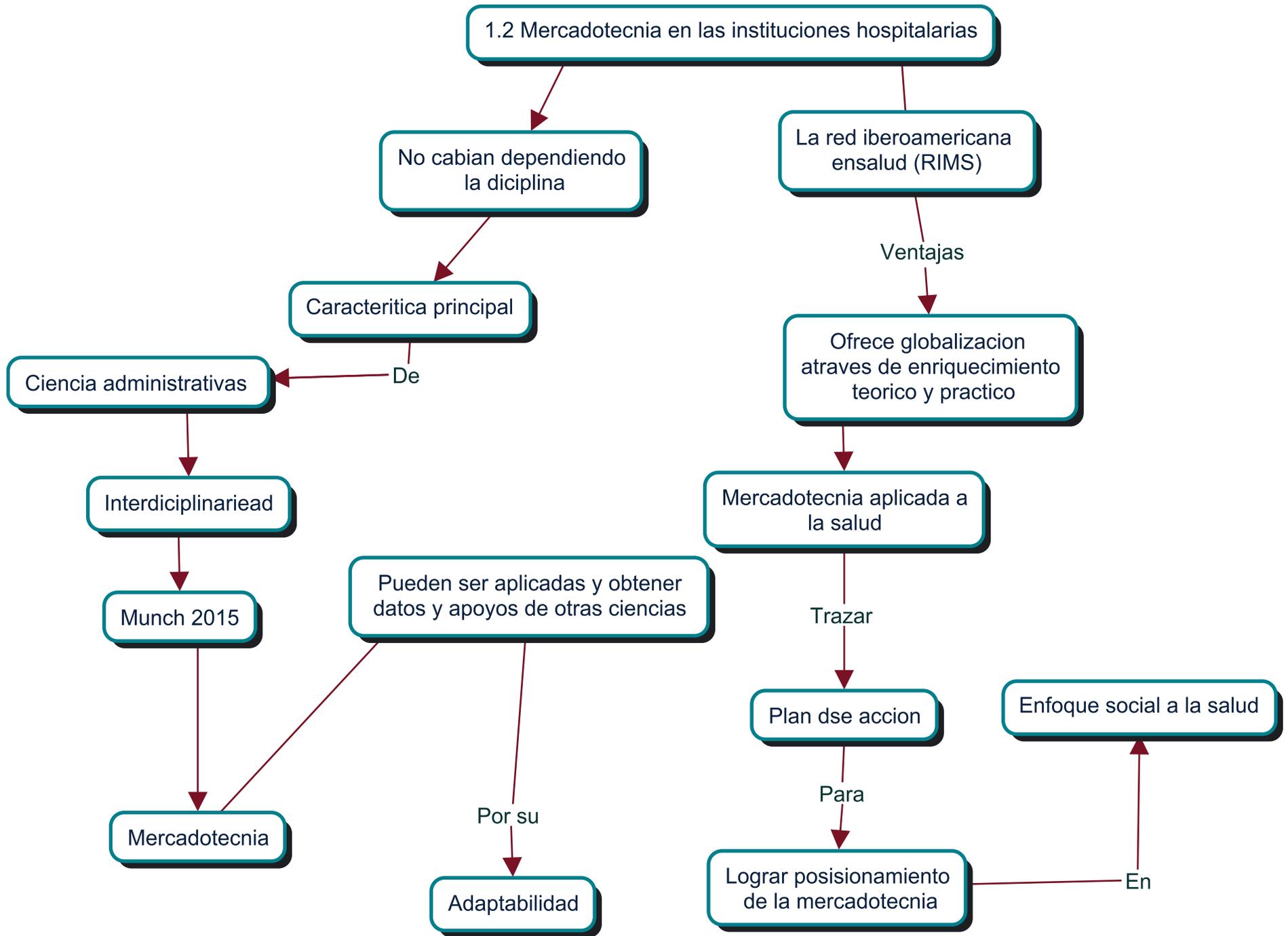
Materia: Mercadotecnia en salud

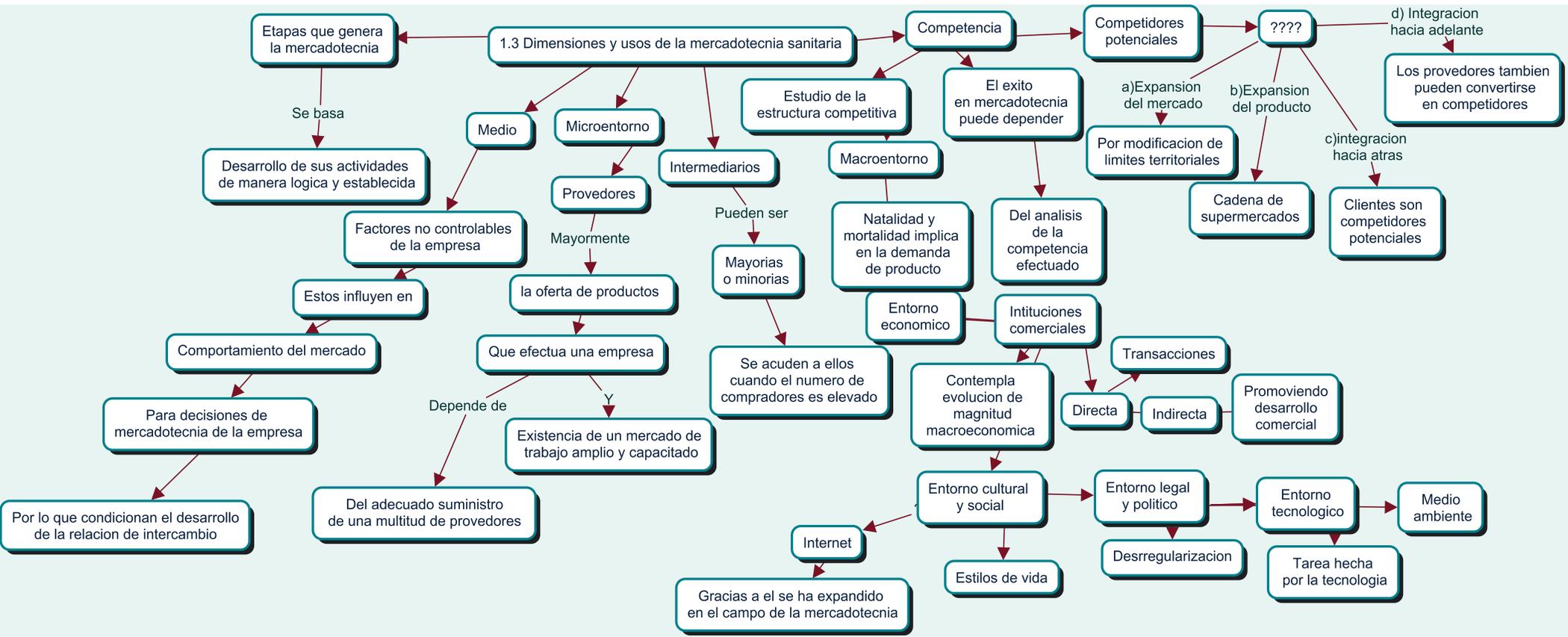
Grado: Segundo cuatrimestre

Grupo: Maestría En **Administración De**
Servicios De La Salud.

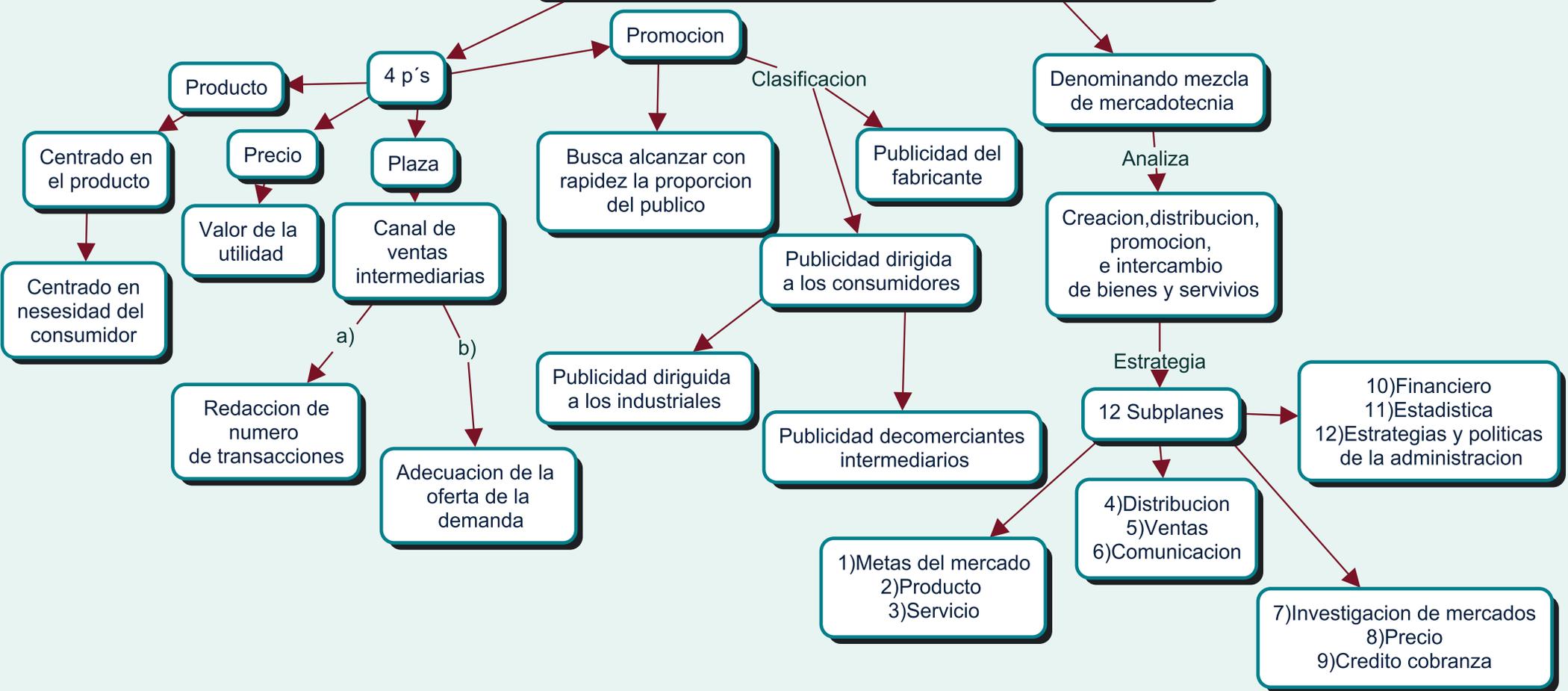
Comitán de Domínguez Chiapas a 03 de enero de 2022

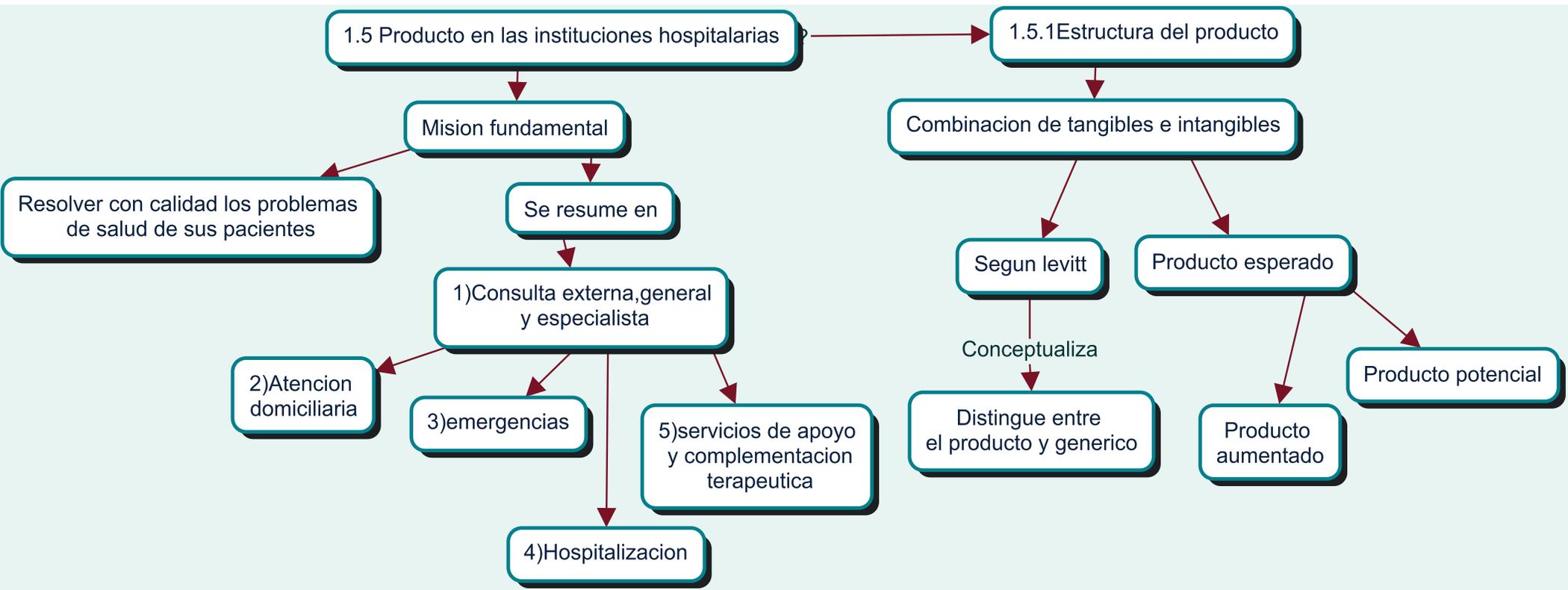


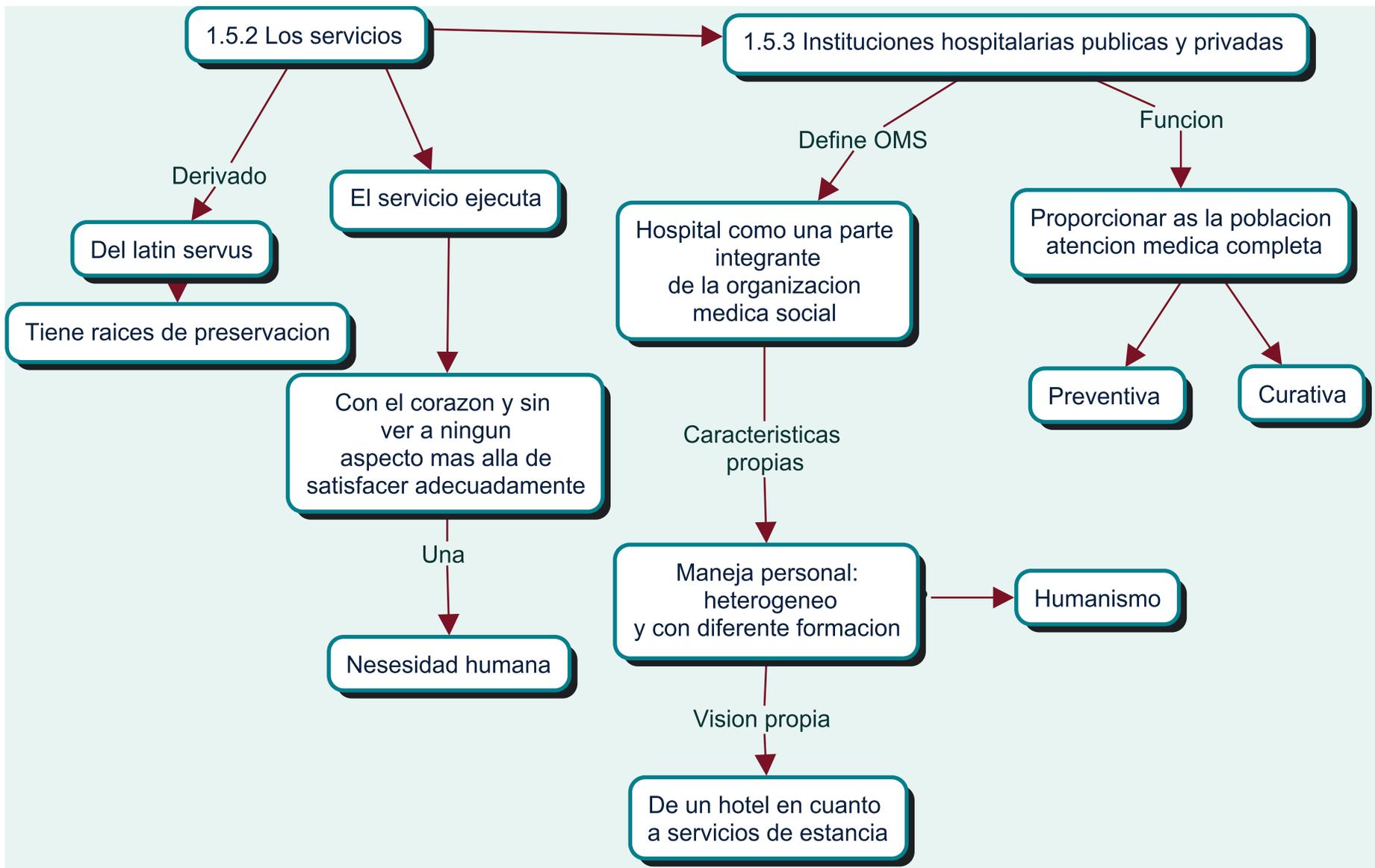




1.4 Mezcla basica de la mercadotecnia en las instituciones hospitalarias







1.5.4 Tendencias y desviaciones estacionales y ciclicas

Tecnica de analisis univariable y bivariable

Univariable

Bivariable

Una sola variable

En general

Incluye tecnicas que miden la relacion o asociacion entre dos variables

Analisis de regresion simple

Clasifica en

Analisis de la varianza y la cobranza

Distribuciones de frecuencias

Grupos

Medidas de asimetria y curtosis

Correlacion entre

Correlacion lineal

Tabulacione simples

Promedios

Medidas de dispersion

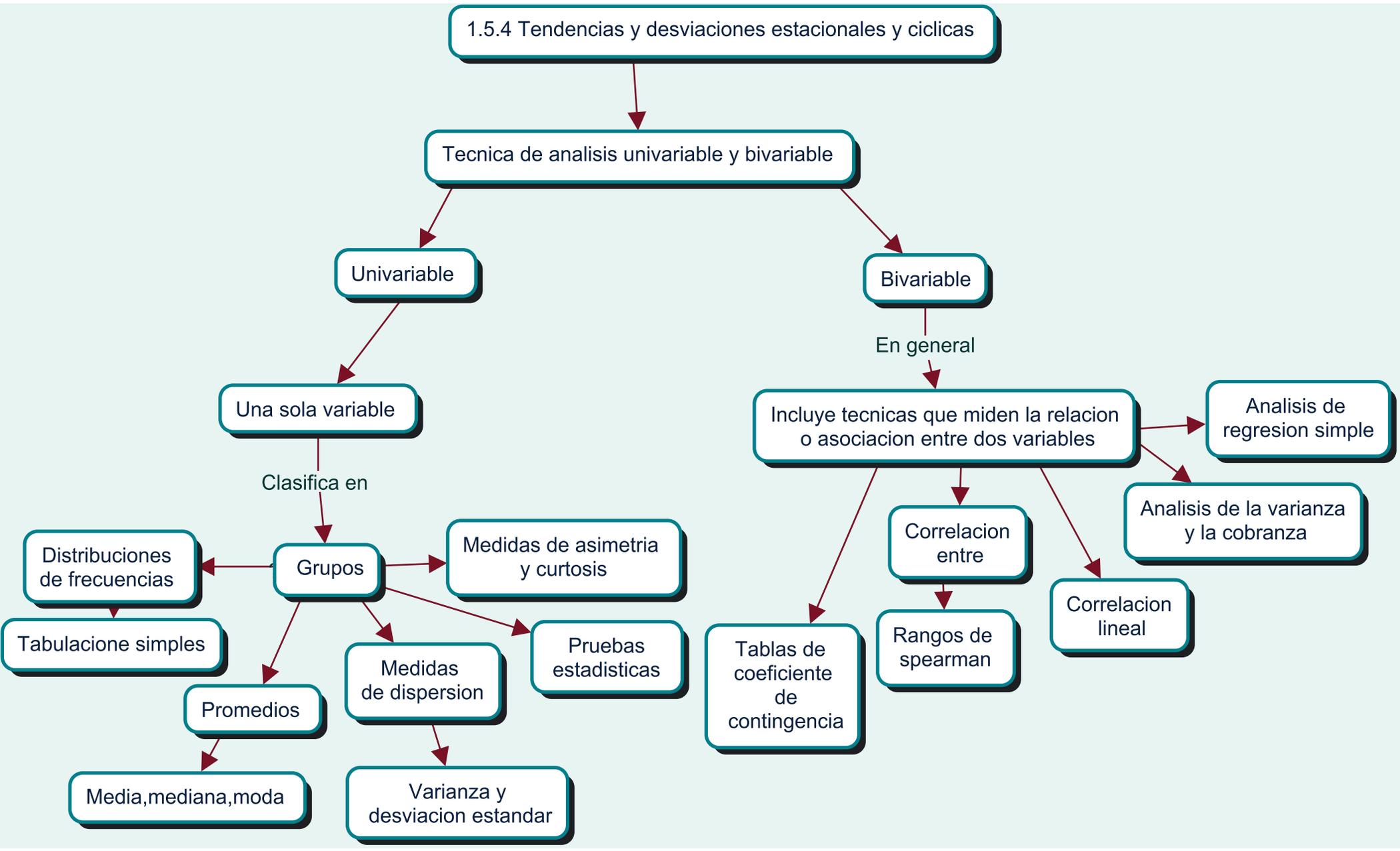
Pruebas estadisticas

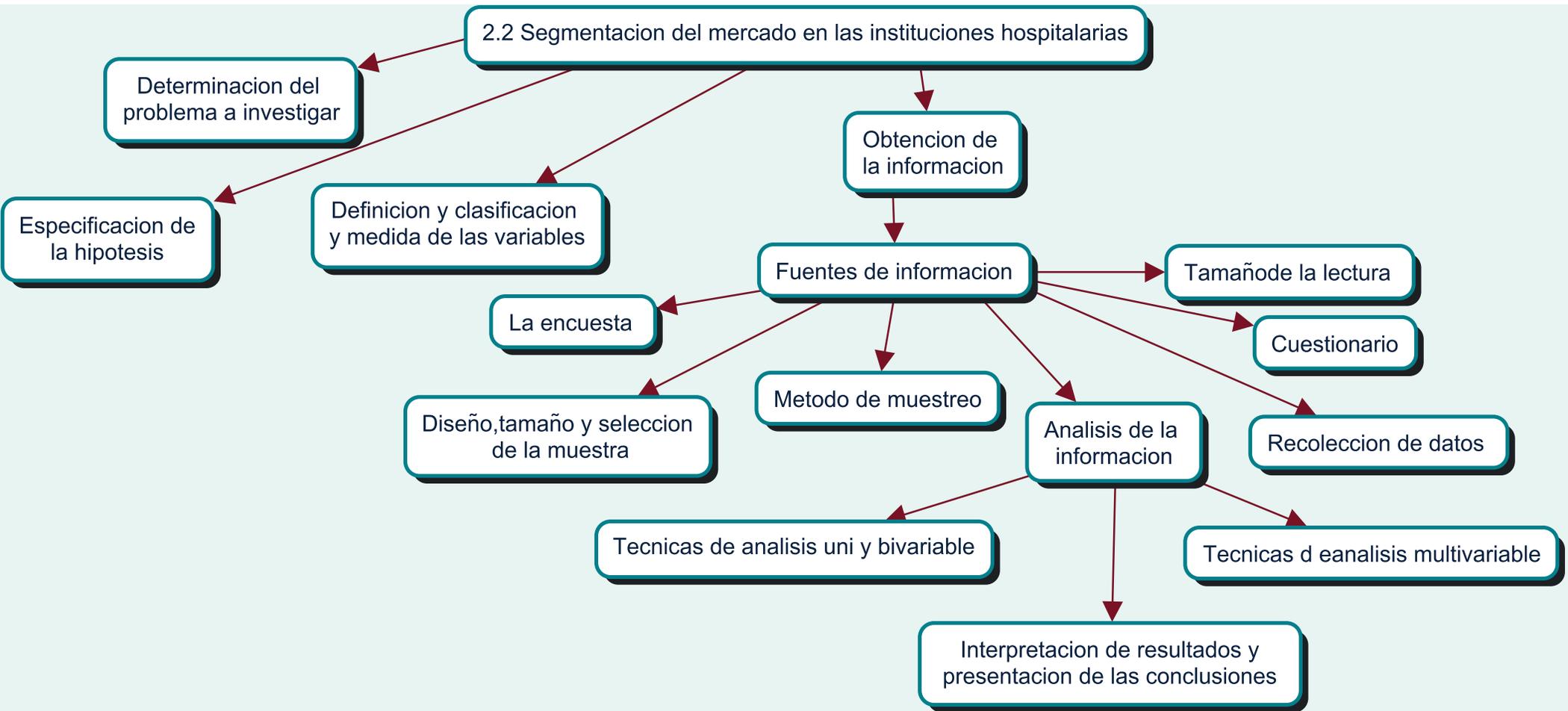
Tablas de coeficiente de contingencia

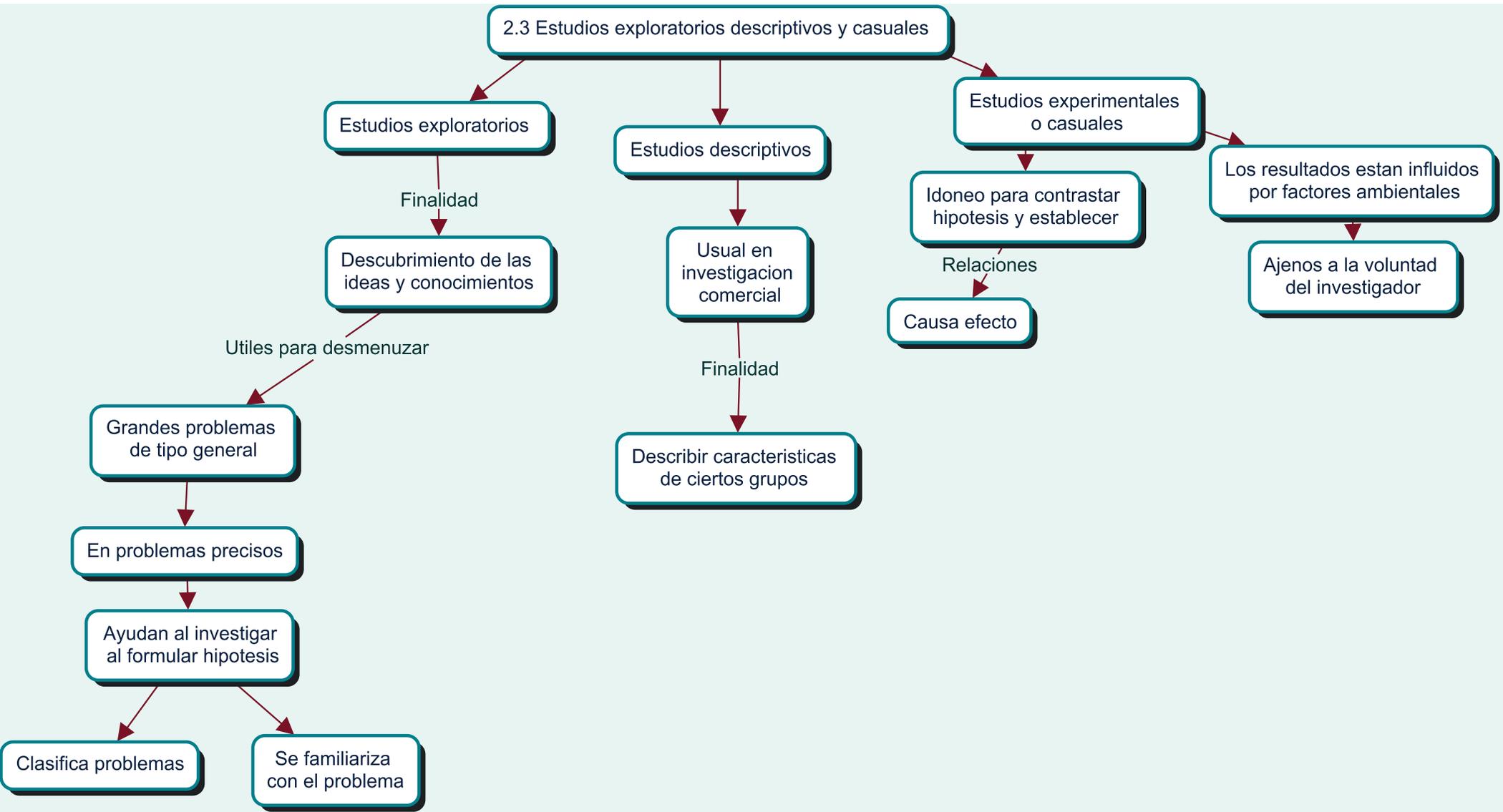
Rangos de spearman

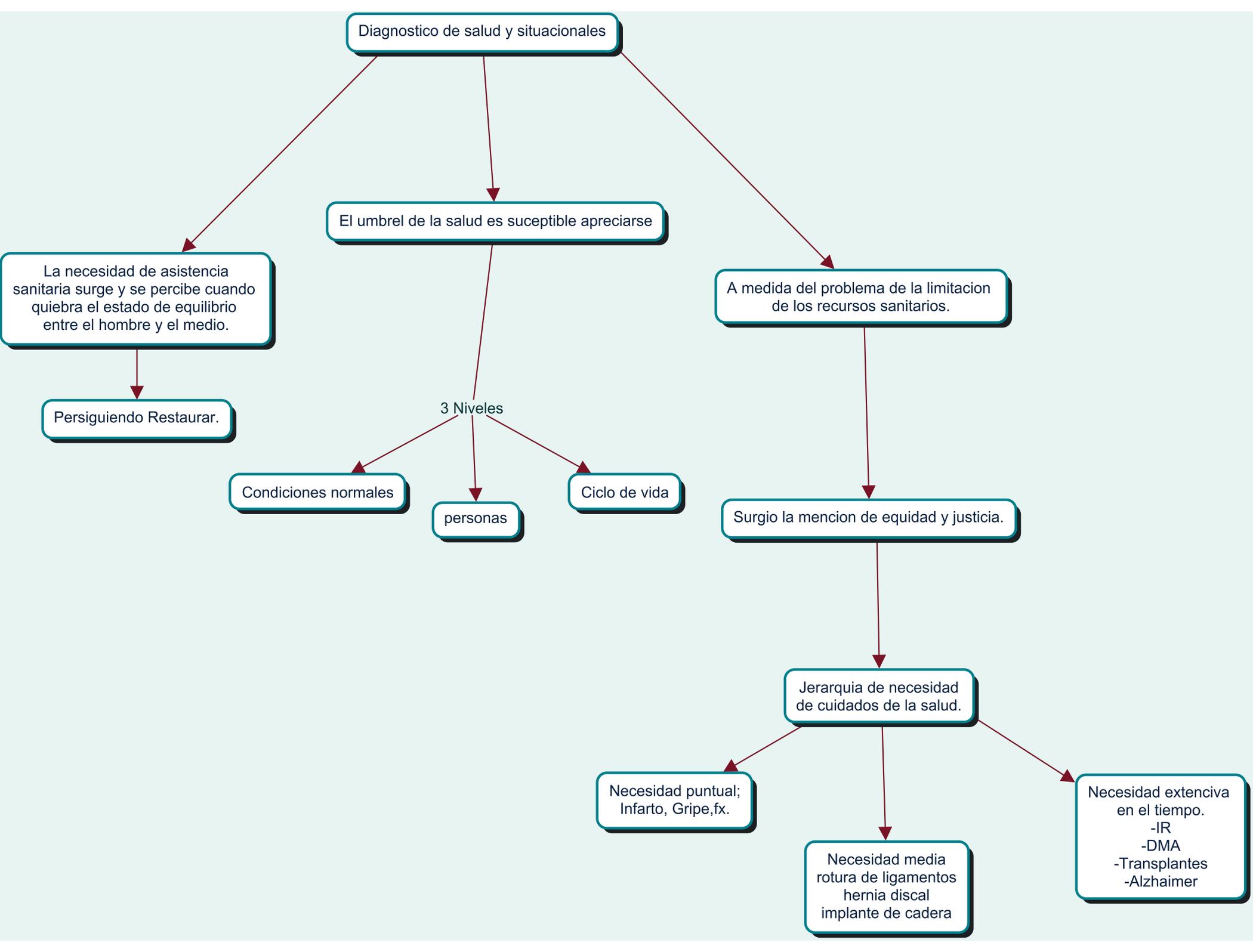
Media, mediana, moda

Varianza y desviacion estandar









Diagnostico de salud y situacionales

El umbrel de la salud es susceptible apreciarse

A medida del problema de la limitacion de los recursos sanitarios.

La necesidad de asistencia sanitaria surge y se percibe cuando quiebra el estado de equilibrio entre el hombre y el medio.

Persiguiendo Restaurar.

Condiciones normales

personas

Ciclo de vida

3 Niveles

Surgio la mencion de equidad y justicia.

Jerarquia de necesidad de cuidados de la salud.

Necesidad puntual; Infarto, Gripe,fx.

Necesidad media rotura de ligamentos hernia discal implante de cadera

Necesidad extenciva en el tiempo. -IR -DMA -Transplantes -Alzheimer

Bibliografías

- Ayuso Murillo, D. y Grande Sellera, R. F. (Dir.). (2014). La apertura de un hospital. Ediciones Díaz de Santos.
- Chong, Luis. (2009). Promoción de ventas. Ciudad de México: Gránica.
- Faizal GeaGea, E. y Faizal GeaGea, E. (2013). Gerencia de hospitales e instituciones de salud. Ecoe Ediciones.
- Fischer, Laura y Espejo Jorge. (2017). Mercadotecnia. Ciudad de México: Mcgraw Hill.
- García Cerdeño, Antonio, «Una aproximación hacia la teoría de la venta», segunda parte, Esic Market, 63, enero-marzo de 1989, pp. 63-82.
- Santesmases, Miguel. (2016). Fundamentos de mercadotecnia. Ciudad de México: Grupo editoria patria.
- Strang, Roger A., «Sales Promotion – Fast Growth, Faulty Management», Harvard Business Review, 54, 4, julio-agosto de 1976, pp. 115-124.