



Mi Universidad

NOTA RAPIDA

Nombre del Alumno: Jessica Isela Ramón Álvarez

Nombre del tema: Fundamentos de la mercadotecnia en la salud

Parcial: 4^{er}

Nombre de la Materia: MERCADOTECNIA EN SALUD

Nombre del profesor: Mtro. Gerardo Garduño Ortega

Nombre de la Licenciatura: Maestría en Administración en Sistemas de Salud

Cuatrimestre: 2^{do}



MERCADOTECNIA EN SALUD



MERCADOTECNIA

La mercadotecnia es una de las ramas administrativas que en una aproximación personal, es de las más subestimadas

DIMENSIONES Y USOS DE LA MERCADOTECNIA SANITARIA.

Las etapas que genera la mercadotecnia se basan en el desarrollo de sus actividades de manera lógica y establecida se dividen pero a la vez se complementan de tal forma, que generan un ciclo de estudio constante

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Primera fase de la mercadotecnia, su objetivo es identificar el problema a investigar, determinar el tipo de diseño, especificar la hipótesis del estudio y definir, clasificar las variables del estudio

1

OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Es la segunda fase de la mercadotecnia, tiene como función enviar al consumidor un mensaje con un propósito determinado. Su objetivo primordial es atraer la atención del público para fijar su deseo y promover su acceso hacia los sitios en donde pueda obtener la satisfacción correspondiente al ofrecimiento que se le manifiesta

2

TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

Es la tercera fase de la mercadotecnia, en esta fase se realiza la edición y grabación de datos, se tabulan los resultados y se aplican las técnicas de los análisis estadísticos

3

INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS Y CONCLUSIÓN

Cuarta y ultima etapa de la mercadotecnia, para finalizar esta etapa se realiza la elaboración del informe general y se presenta.

4

