Cuadro sinóptico

Nombre Del Alumno: Rosa Anita Hernández Vázquez

Nombre Del Tema: Unidad II Investigación De Mercados – Unidad III La Promoción En Las Instituciones Hospitalarias

Parcial 01

Nombre De La Materia: Mercadotecnia En Salud

Nombre Del Profesor: Gerardo Gorduño

Maestría En Administración En Sistemas De Salud

Segundo Cuatrimestre

Investigacion de mercados y la promocion en las instituciones hospitalarias

- La competencia en el mercado de las instituciones hospitalarias nacionales e internacionales
  - Los competidores actúan como restricciones en el diseño de la estrategia de mercadotecnia
    - Mejoran el precio según la situación competitiva para aumentar el volumen de ventas
    - Se emplea estrategias como descuento por cantidad o descuento por rebajas y ofertas
    - Así mismo pueden fijarse precios por paquete y obtener beneficios para ambas partes
- La mezcla promocional
  - La promoción es la segunda fase de la m mercadotecnia
    - Tienen como función enviar al consumidor un mensaje con un propósito determinado
      - Atrae la atención del público a fin de aumentar las ventas
- Ventas personales
  - Es el proceso de decisión de comprar un producto o servicio
    - Está formado por una serie de fases o etapas secuenciales
      - Cuya importancia, intensidad y duración dependen del tipo de compra que se efectué
- Publicidad
  - Es una forma de comunicación que la mercadotecnia utiliza como instrumento de promoción
    - Es toda transmisión de información impersonal y remunerada a través de un medio de comunicación
      - Trata de estimular la demanda de un producto o cambiar de opinión al consumidor
- Los medios de promoción
  - Trata de estimular la demanda específica o selectiva de una marca o producto
    - a fin de generar actitudes y opiniones favorables en la compra
      - La publicidad del producto se encuentra en las características y beneficios del mismo
- Mezcla ampliada
  - Es la mezcla de la mercadotecnia, es decir: las 4 p´s.
    - Tales como: producto, precio, plaza física, plaza virtual, publicidad, propaganda y promoción
      - Servicio de preventa: todas las ayudas que el vendedor utiliza
      - Durante la venta: el consumidor puede cambiar algunas cosas de venta
      - Posventa. Se valora si el producto se encuentra en buen estado