



Nombre Del Alumno: Karla Rocio De Los Angeles Garcia Hernandez

Nombre Del Tema: Cuadro Sinóptico

Parcial: 2°

Nombre De La Materia: Mercadotecnia En Sistemas De Salud

Nombre Del Profesor: Gerardo Garduño Ortega

Nombre De La Licenciatura: Maestría En Administración De Sistemas De Salud

Cuatrimestre: 2°

Fecha De Elaboración: 29/03/2023

Mercadotecnia y precio en las instituciones hospitalarias

Competencias ,
instituciones
hospitalarias.

Expansión del mercado y del producto, integración hacia atrás y hacia adelante.

Precio

Valor monetario, esfuerzos desarrollados, molestias e incomodidades sufridas

Precio, servicios de
instituciones
hospitalarias

Marco legal, Mercado y competencia, objetivos de la empresa, múltiples partes interesantes, métodos de fijación de precios, método del precio objetivo.

Mecanismos de
ahorro en los
servicios

Estrategia de precios fijos o variables, descuentos por cantidad. Precios no lineales, descuento por pronto pago, descuentos aleatorios ,periódicos (rebajas o baratas), en segundo mercado, precio de profesionistas, precios éticos.

Precios de
temporada y de
promoción

Precios iguales, superiores o inferiores al sector. garantía, asistencia, técnica, entrega, financiamiento.
Precio psicológico, Precio alto ,precio redondo.

Análisis,
medicamentos,
materiales y
servicios
adicionales

Estrategia de precios para productos nuevos, precios alternativos.
Estrategia de descremacion y penetracion.



Promoción en la instituciones Hospitalarias

MEZCLA PROMOCIONAL

- Publicidad del fabricante, Publicidad dirigida a los intermedios.
- Publicidad a los consumidores.
- Publicidad a los industriales
- Publicidad del comerciante

VENTAS PERSONALES

- Motivación, percepción, experiencia, características personales y actitudes.
- Entorno, económico, culturas grupos de referencia, familia, influencia personales y situaciones.
- Producto, precio, distribución y promoción.

PUBLICIDAD

- Persuadir, recordar, comunicacion, unilateral, impersonal y masiva, dirigida a una audiencia meta.

MEDIOS DE PROMOCIÓN

- Publicidad de producto, publicidad institucional.
- Proceso creativo, transmitir ideas, palabras, ilustraciones, imágenes y sonidos
- Captar, crear, emprendido, informar, ser creíble, persuadir, inducir a una respuesta, ser recordado.

MEZCLA AMPLIA

- Producto, precio, plaza física, plaza virtual, publicidad, propaganda y promoción.

PROCESO DE SECCIÓN UBICACIÓN, CONSTRUCCIÓN Y MANTENIMIENTO DEL PROCESO HOSPITALARIO

- Canal de ventas (camino o ruta).
- Productor-consumidor.
- Intermediarios(reducción de número de transacciones, adecuación de la oferta a la demanda).

DESARROLLO DE UN NEGOCIO, INSTITUCIONES HOSPITALARIAS, APERTURA DE NUEVO CENTRO HOSPITALARIO

- Proyecto de gestión
- Planificación (plan de empresa, misión, visión, valores).
- Organización (cartera de servicios, necesidades, recursos humanos y materiales, principios básicos).
- Coordinación (comunicación interna , investigación, formación continuada, dirección por objetivos, cochino, gestión de competencias).
- Control (unificar criterios, información útil, monitorizacion, sistemática de indicadores clave).