



Mapa conceptual.

Nombre del Alumno: Erik Froilan Cruz Gordillo.

Nombre de tema: fundamentos de la mercadotecnia en salud.

Parcial: primer parcial.

Nombre de la Materia: Mercado en salud.

Nombre de la Licenciatura: Maestría en Administración en sistemas de salud.

Cuatrimestre: segundo cuatrimestre.

UNIDAD IFUNDAMENTOS DE LA MERCADOTECNIA EN SALUD

Mercadotecnia.

es una de

Las ramas
administrativas.

que parte de

Las necesidades
del consumidor o
usuario.

estas orientan

La producción y
la finalidad de
generar
remuneración.

Esto es gracias a una
variable análisis que
permite crear
comunicar e
intercambiar ofertas.

La Mercadotecnia
en las
instituciones
hospitalarias.

El enriquecimiento
teórico y práctico
en el
mercadotecnia
aplicada en salud

permite compartir

Experiencias,
servicios,
comportamientos
y investigaciones
que ayuda:
(programas,
proyectos y
campañas).

que repercuta

Al bienestar social
y permita afrontar
eficientemente
situaciones
públicas de la
salud.

Dimensiones y
usos de la
Mercadotecnia
Sanitaria.

se basan en el

Desarrollo
de sus actividades
de manera lógica y
establecida.

se comporta de etapas

Medio: depende de la
relación de intercambio
entre empresa y el
mercado que desarrolla
un entorno de control y
influyen en los
comportamiento de
decisiones mercantiles.

Microentorno:

- Proveedores
- Intermediarios
- La competencia
- Instituciones comerciales

Macroentorno:

- Entorno demográfico,
- Entorno económico.
- Entorno cultural y social.
- Entorno legal y político.
- Entorno tecnológico.
- La red Internet.
- Medio ambiente.

Son factores que influyen
en el mercado.

Mezcla básica
de la
Mercadotecnia
en las
instituciones
hospitalarias.

Analiza las
principales
actividades de
una empresa.

Como

- creación
- distribución
- promoción
- intercambio
de bienes
- servicios,

Son satisfactorios
para:

Producto
Precio
Promoción
Clasificación
Estrategia: elabora una
estructura que agrupe a las
diferentes funciones
de la mercadotecnia

El producto en
las
instituciones
hospitalarias.

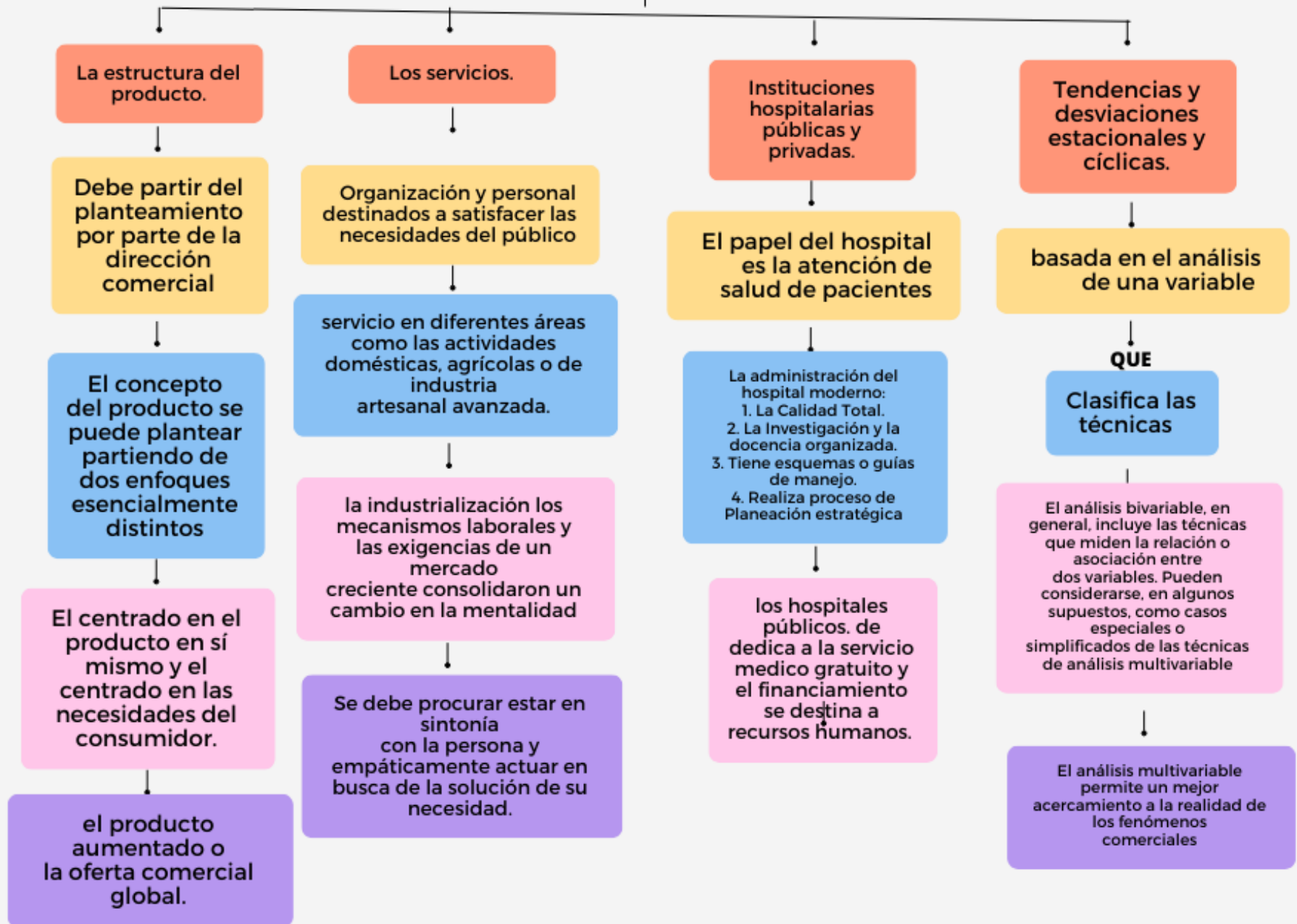
se pueden resumir

- 1 Consulta ambulatoria
(Externa) general y
especialista.
- 2 Atención domiciliaria.
- 3 Emergencias.
- 4 Hospitalización.

La misión
fundamental del
hospital está
centrada en resolver
con calidad los
problemas de
salud de sus
pacientes,

objetivo: cada paciente que
ingrese a la institución debe
recibir la máxima atención,
con
la respuesta efectiva de todos
los recursos de la institución

UNIDAD IFUNDAMENTOS DE LA MERCADOTECNIA EN SALUD



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Etapas en el proceso de investigación de mercados.

técnica sistematizada de recopilación e interpretación de hechos y datos que sean útiles a los gerentes de mercadotecnia de una empresa, a fin de tomar decisiones de manera adecuada y establecer así una correcta política de mercado.

El diseño de la investigación, la obtención de la información, el tratamiento y análisis de los datos y la interpretación de los resultados y presentación de conclusiones.

Segmentación de mercado en las instituciones hospitalarias.

Toda investigación debe partir de una definición clara y precisa del problema a estudiar
que se quiere investigar: opiniones, actitudes, percepciones, preferencias, intenciones

- Especificación de la hipótesis
- Definición, clasificación y medida de las variables
- Fuentes de información
- Análisis de la información

Estudios exploratorios, descriptivos y casuales.

Estudios exploratorios:
La finalidad principal del estudio exploratorio es el descubrimiento de ideas, conocimientos, identificar los problemas o formularlos de modo más preciso, incluyendo la identificación de variables relevantes

Estudios descriptivos:
es el más usual en investigación comercial.
Tiene como finalidad describir las características de ciertos grupos, determinar la frecuencia con que ocurre algo.

Estudios de consumo en salud (diagnóstico de salud y situacionales).

Constituyen unas circunstancias que obligan a establecer prioridades, asegurar la equidad y evaluar cualitativamente las necesidades y sanitaria surge y se percibe cuando quiebra el estado de equilibrio entre el hombre y el medio. acaparando los tres niveles de calidad

El estudio experimental o causal es el idóneo para contrastar hipótesis y establecer relaciones de causa-efecto, por el control que proporciona al investigador