



*Nombre del Alumno: María Aracely López Jiménez*

*Nombre del tema: Fundamentos de la Mercadotecnia*

*Parcial: I*

*Nombre de la Materia: Mercadotecnia en Sistemas de Salud*

*Nombre del profesor: Mtro. Gerardo Garduño Ortega*

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

*Cuatrimestre: 2°.*

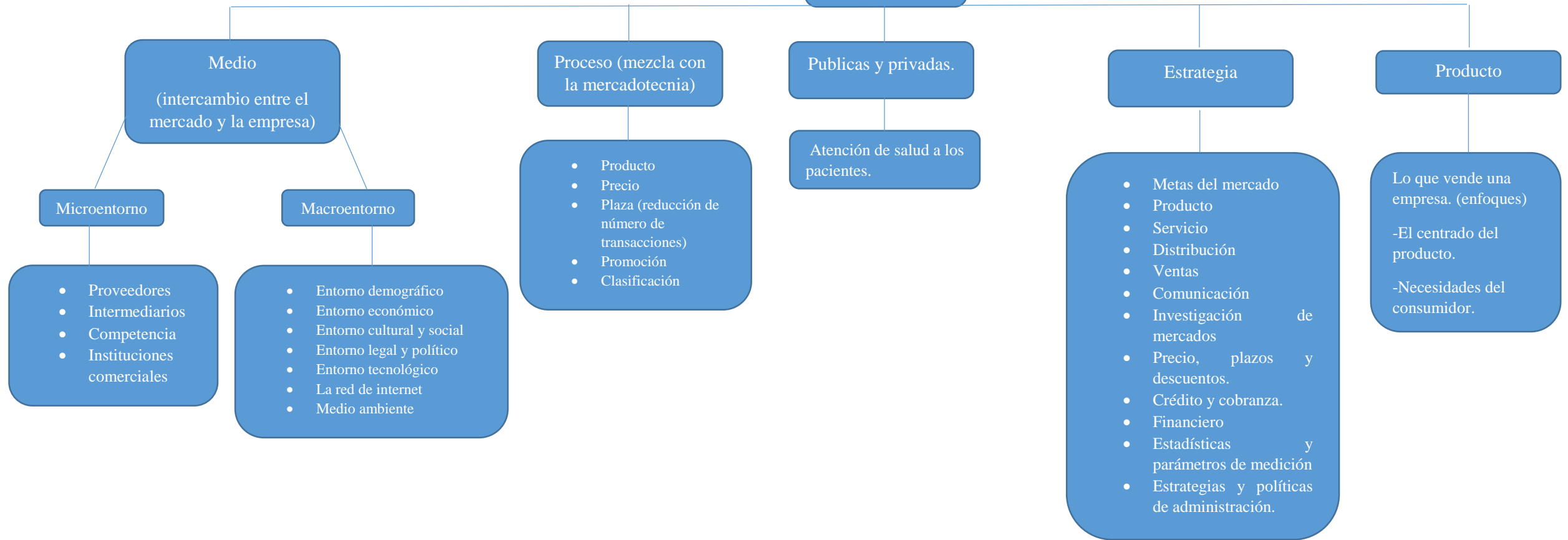
*Comitán de Domínguez, a 25 de marzo del 2023*

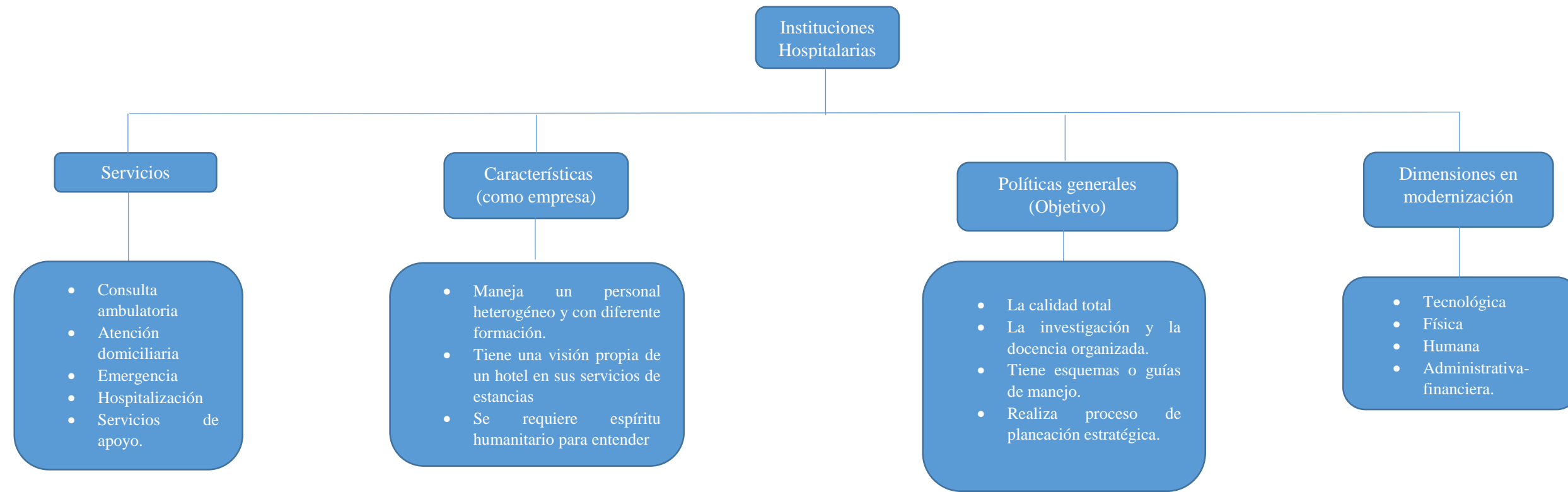
# MERCADOTECNIA

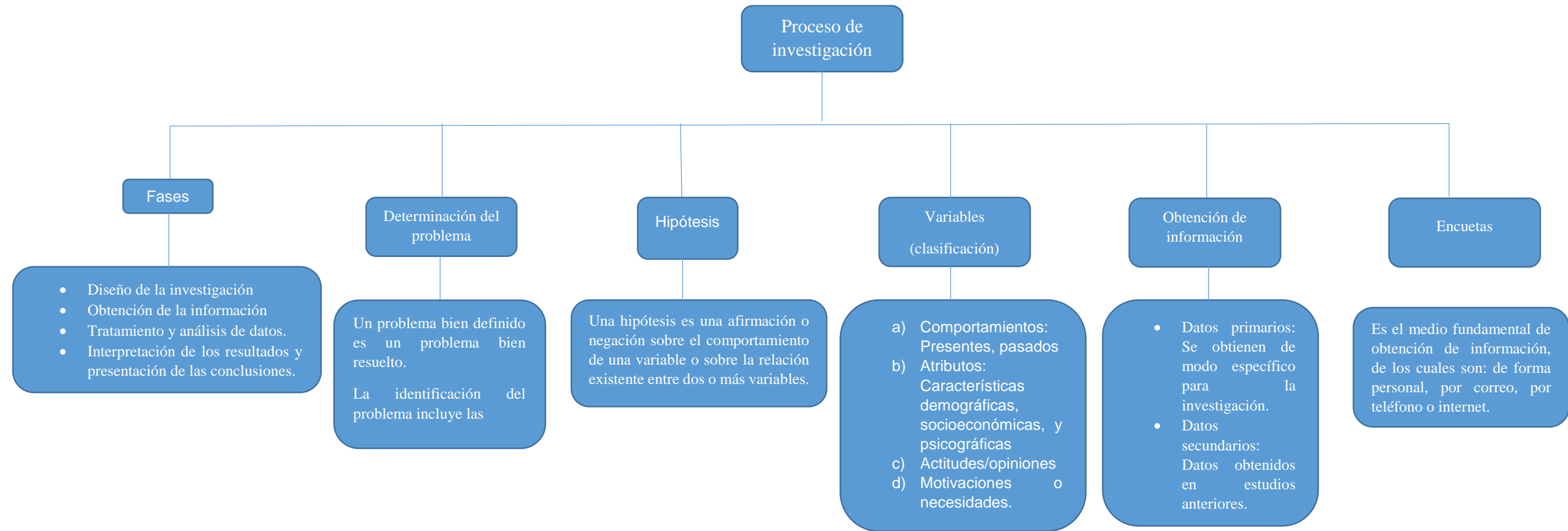
La mercadotecnia, también llamada marketing, es un conjunto de actividades que se llevan a cabo para determinar cuáles son las necesidades y exigencias de un público o mercado, con el objetivo de satisfacerlas a través de productos o servicios.

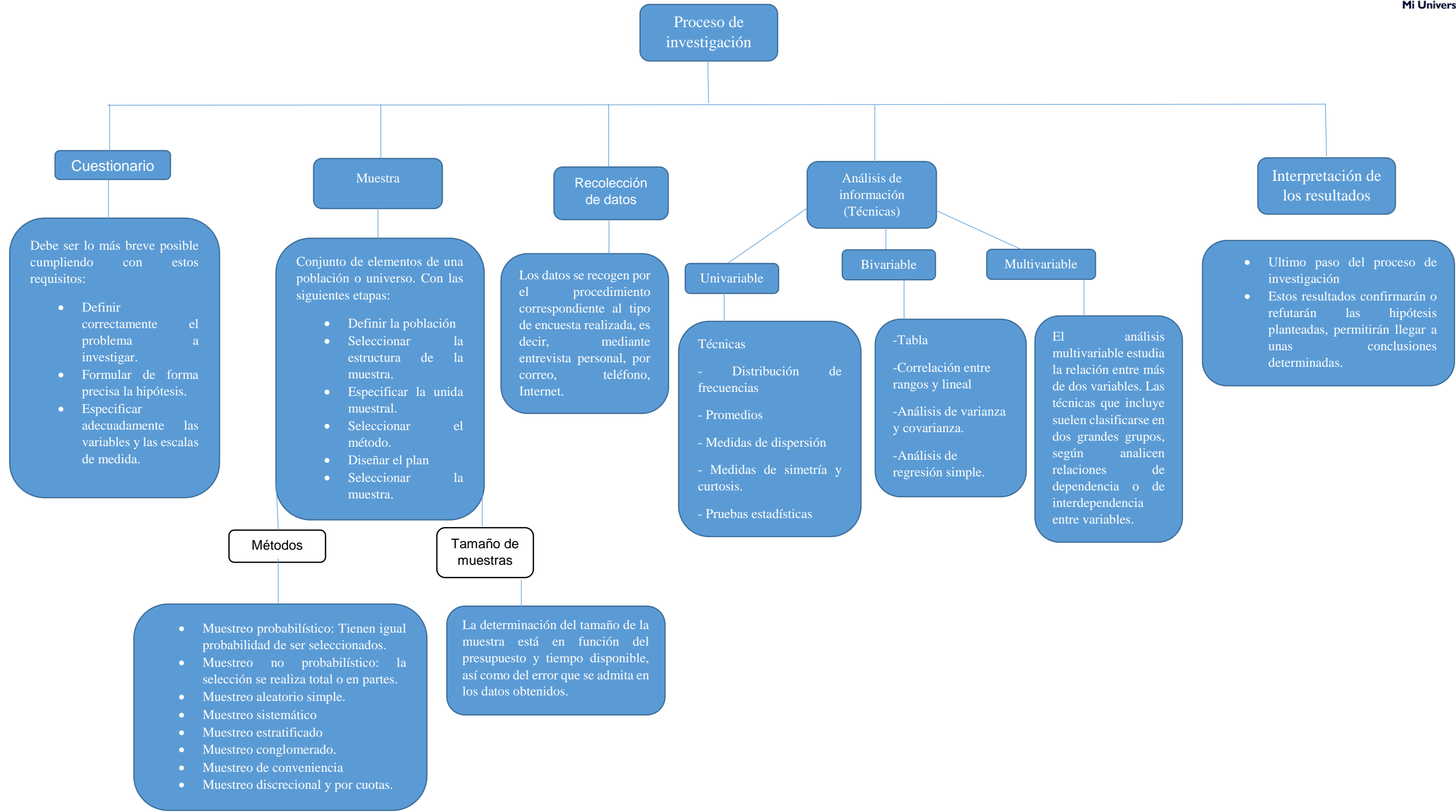
## Usos en

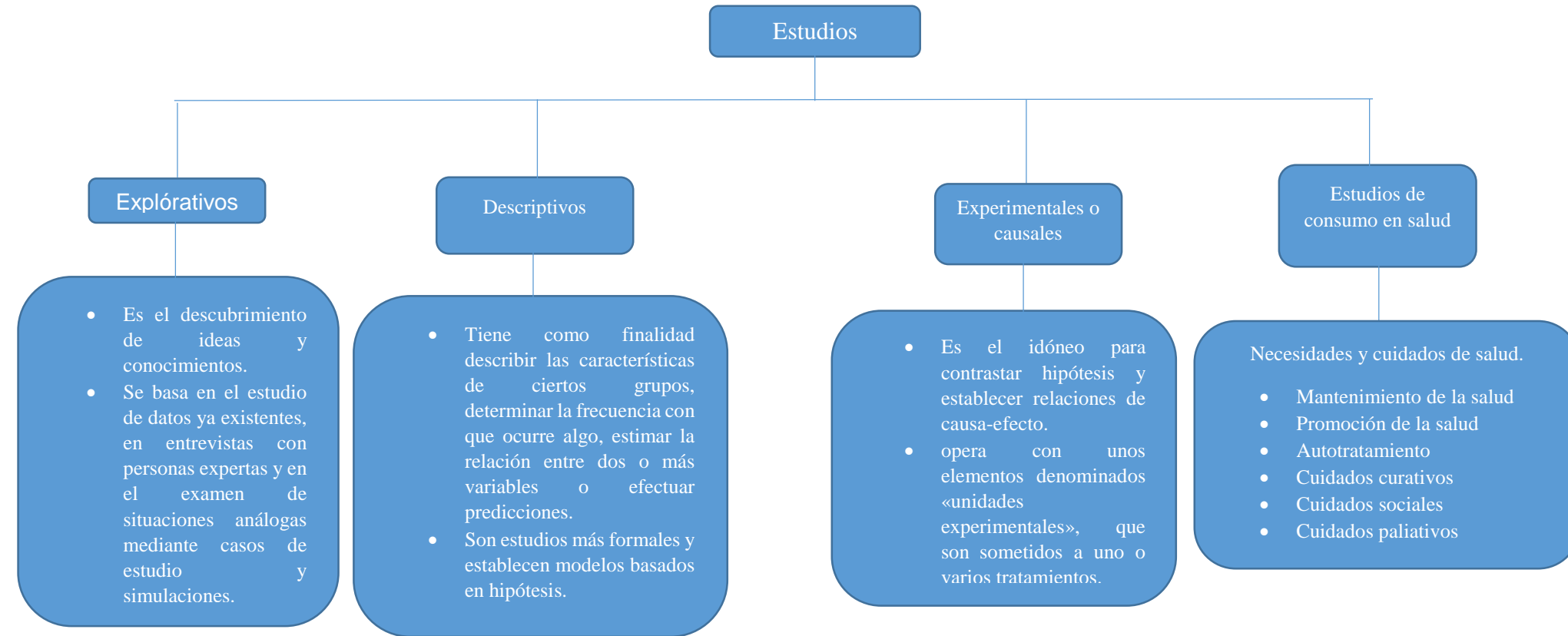
### Instituciones hospitalarias











## BIBLIOGRAFIA

<https://enciclopediaeconomica.com/mercadotecnia>

**Nota: Anexo bibliografía de la Antología.**

### Referencias

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 editorial patria.

Strang, Roger A., «Sales Promotion – Fast Growth, Faulty Management», Harvard Business Review, 54, 4, julio-agosto de 1976, pp. 115-124