



Mi Universidad

Mapa conceptual

Nombre del Alumno: Blanca Natali Vázquez Roblero

Nombre del tema:

Unidad I Fundamentos de la mercadotecnia en salud

Unidad II Investigación de mercados

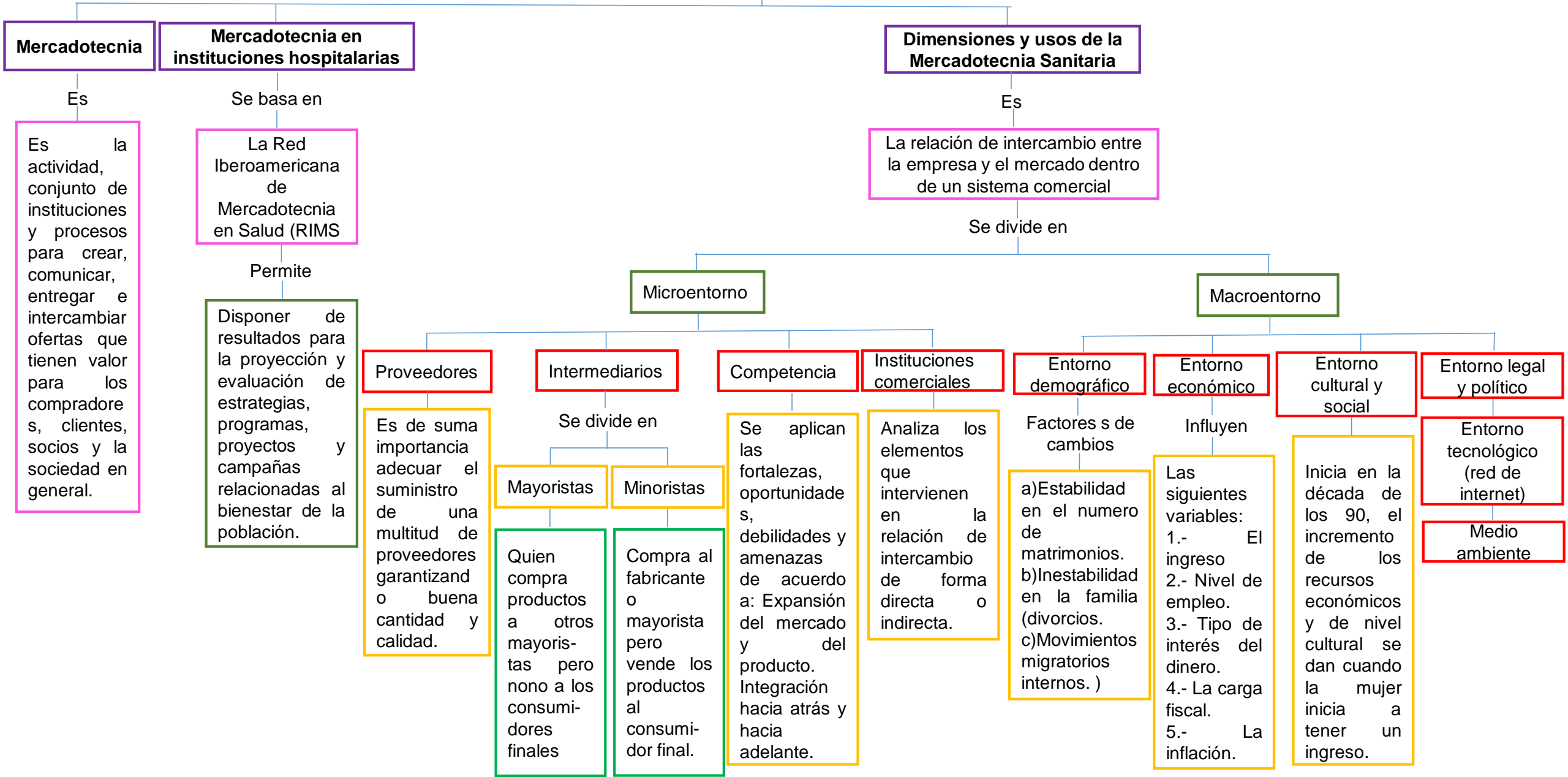
Nombre de la Materia: *Mercadotecnia en sistemas de salud*

Nombre del profesor: *Gerardo Orduña Ortega*

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

Cuatrimestre: *II*

UNIDAD I Fundamentos en la Mercadotecnia en Salud



UNIDAD I Fundamentos en la Mercadotecnia en Salud

Mezcla de la mercadotecnia en las Instituciones Hospitalarias

Las 4 P's

Producto

Es

Un conjunto de aspectos agregados (servicio, postventa, mantenimiento, etc.) que configuran el producto aumentado o la oferta comercial global

Precio

Es

El punto en el que se iguala el valor monetario de un producto para el comprador

Se divide en

Método del costo mas margen

Método del precio objetivo

Plaza

Se utiliza

El canal de ventas por el que circula el flujo de productos desde su creación hasta llegar a su consumo.

Promoción

Es

Es enviar al consumidor un mensaje con propósito determinado.

Se clasifica en

Publicidad del fabricante

Publicidad a los consumidores

Publicidad Dirigido a los industriales

El producto en las instituciones hospitalarias.

Estructura

Es

Es la suma de: producto genérico, esperado, aumentado y potencial.

Los servicios

El servicio al cliente debe estar en sintonía con la persona y empáticamente actuar en busca de una solución a su necesidad.

Hospital

Según la OMS

Es una parte integrante de la organización médica social cuya función es la de proporcionar a la población atención médica completa, tanto preventiva como curativa.

Tendencias y desviaciones estacionales y cíclicas.

Se divide en

Técnicas de análisis uní y bivariable

Técnicas de análisis multivariable

UNIDAD II INVESTIGACION DE MERCADOS

Etapas

Se divide en

Diseño de la investigación

Se divide en

- Identificación del problema.
- Determinación del diseño.
- Especificación de las hipótesis del estudio.
- Definición, clasificación y medida de las variables del estudio.

Obtención de la información

Se divide en

- Selección de las fuentes de información.
- Determinación de las formas de obtener la información.
- Diseño y selección de muestra.
- Recolección de datos.

Tratamiento y análisis de datos

Se divide en

- Edición y grabación de los datos.
- Tabulación de los resultados. Aplicación de técnicas de análisis estadísticos.

Interpretación de los resultados y presentación de conclusiones

Se divide en

- Elaboración de informe general.
- Presentación

Tipos de estudios

Se divide en

Exploratorios

Su función es

El descubrimiento o de ideas y conocimientos, identifica los problemas o formularlos de modo más preciso, ayudan a formular hipótesis, clarificar conceptos familiarizarse con el problema.

Descriptivos

Su función es

Describir las características de ciertos grupos, determinar la frecuencia con que ocurre algo, estimar la relación entre dos o más variables o efectuar predicciones.

Experimentales o causales

Su función es

Contrastar hipótesis y establecer relaciones de causa-efecto, por el control que proporciona al investigador.

Tipos de estudios

Diagnósticos de salud y situacionales

Es necesario para

Identificar el umbral de la salud en sus tres niveles y sus capacidades naturales que caracteriza a cada individuo y satisfacer el infra consumo o sobreconsumo de los servicios sanitarios.