



Mi Universidad

Nombre del Alumno: Briceidi Perez Perez

Nombre del tema : La competencia en el mercado de las instituciones hospitalarias nacionales e internacionales

Parcial : I

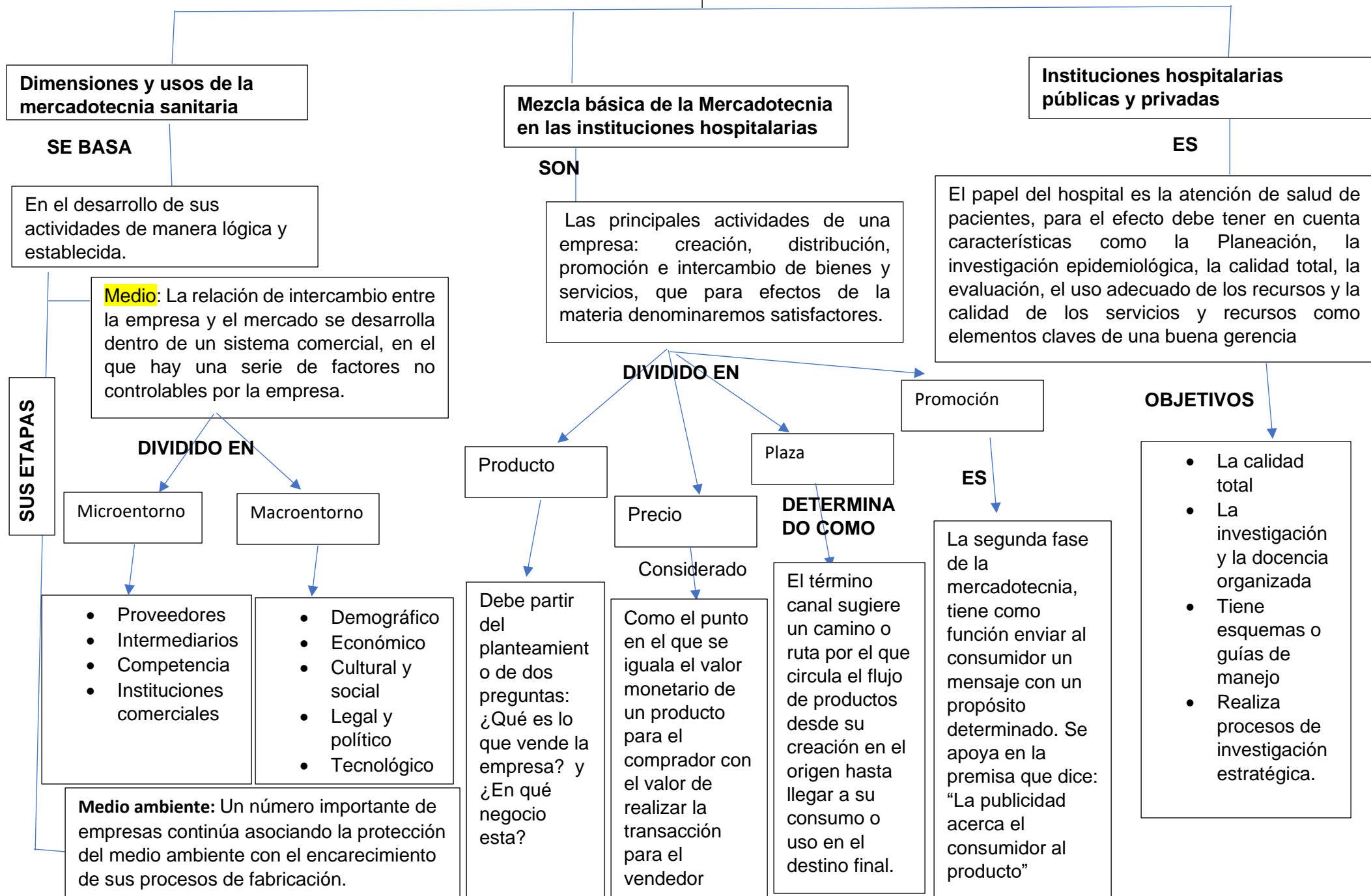
Nombre de la Materia: Mercadotecnia en sistemas de salud

Nombre del profesor: Gerardo Garduño Ortega

Nombre de la Maestría: Maestría en administración en sistemas de salud

Cuatrimestre; 2do

FUNDAMENTOS DE LA MERCADOTECNIA



INVESTIGACION DE MERCADOS

ES

una 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

DIVIDIDO EN

Etapas en el proceso de investigación de mercados

CONFORMADO POR

- Diseño de la investigación
- Obtención de la información
- Tratamiento y análisis de los datos
- La interpretación de los resultados
- Presentación de conclusiones.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO EN LAS INSTITUCIONES HOSPITALARIAS

CONFORMADO POR

Encuesta

Cuestionario

CONSTITUYEN

un medio fundamental para obtener información en investigación comercial.

DEBE SER

Lo más breve posible, pero no puede establecerse una longitud concreta; varía en función del interés que el tema de la investigación tenga para el encuestado

FORMAS DE IMPLEMENTACION

- Personal
- Por correo
- Por teléfono
- Por internet
- A través del correo electrónico

DEBE

- Definir correctamente el problema a investigar
- Formular de forma precisa las hipótesis
- Especificar adecuadamente las variables y las escalas de medida

Exploratorio

La finalidad principal del estudio exploratorio es el descubrimiento de ideas y conocimientos

AYUDAN A:

Formular hipótesis, clarificar conceptos y le permiten familiarizarse con el problema.

Estudios exploratorios, descriptivos y casuales.

CONFORMADO POR

Exploratorio

Descriptivo

Experimental o casuales

SU FINALIDAD

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

ANALISIS DE DATOS ATRAVES DE

Distribuciones de frecuencias, tabulaciones cruzadas y otras técnicas estadísticas.

ES

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

Los tratamientos aplicados producen un resultado determinado y medible en las unidades experimentales