



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

MAESTRIA EN ADMINISTRACION EN SISTEMA DE SALUD

UNIDAD:

MERCADOTECNIA EN SALUD

Actividad:

UNIDAD III. LA PROMOCION EN LAS INSTITUCIONES HOSPITALARIAS

Presenta:

SILMAR REYES CRUZ

Modalidad:

EN LINEA

Actividad:

SUPERNOTA

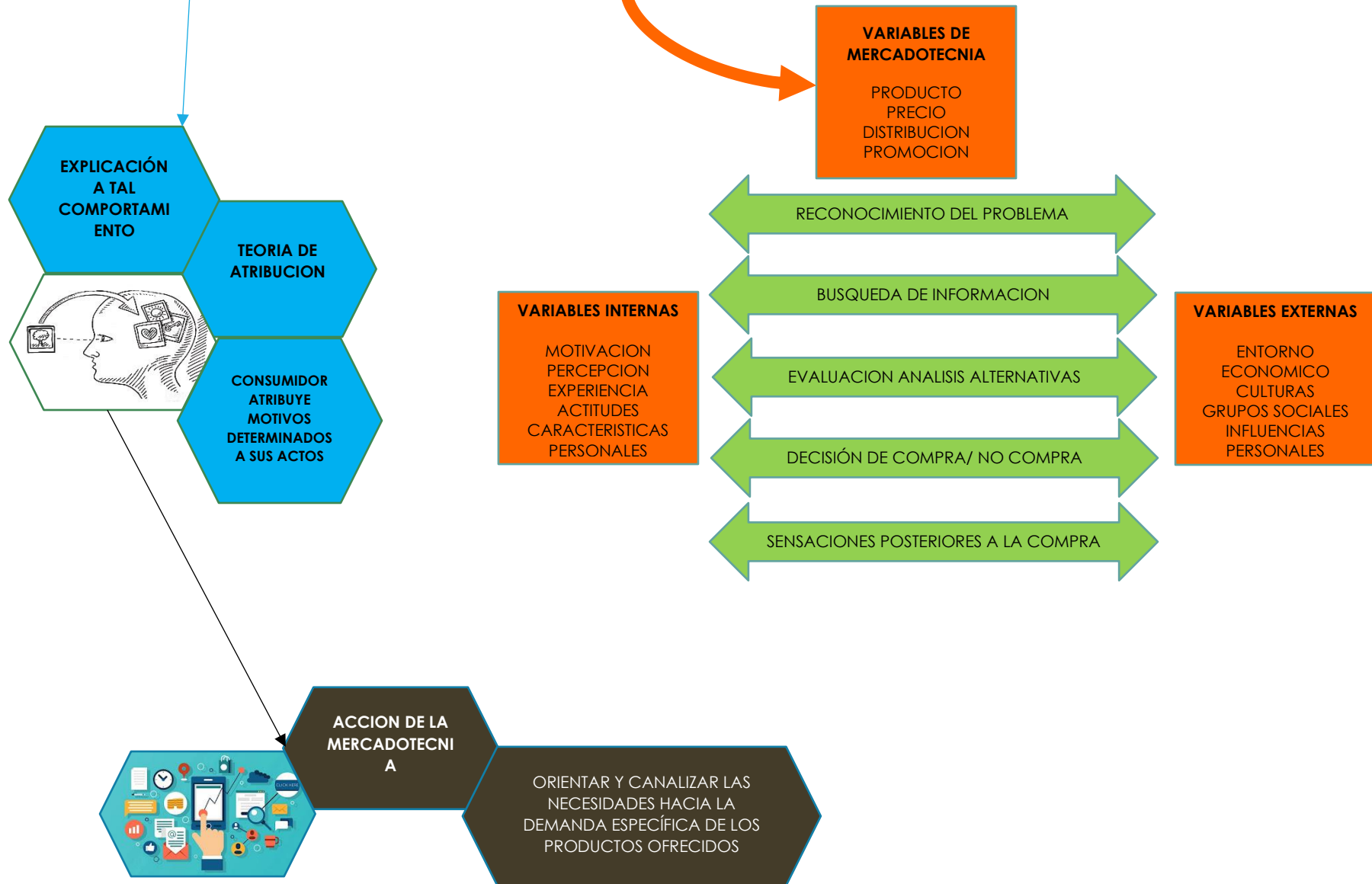
Fecha:

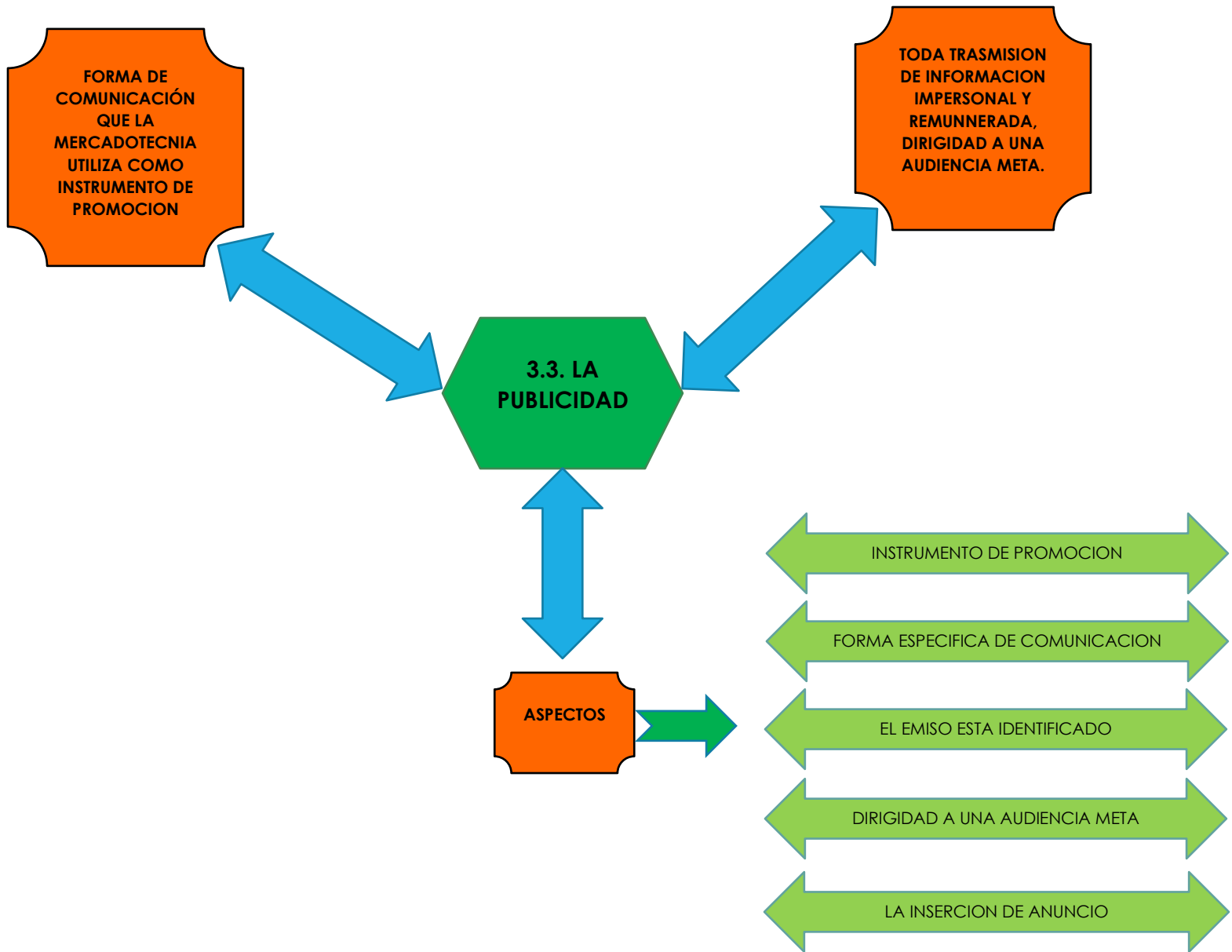
14/ABRIL/2023

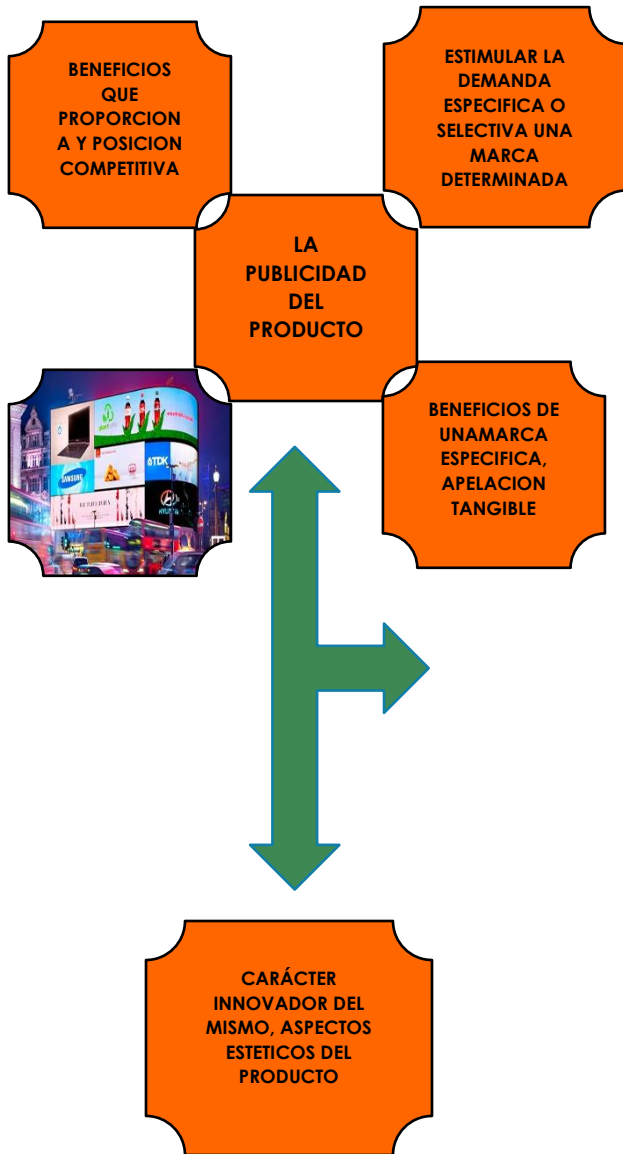


3.2. LAS VENTAS PERSONALES

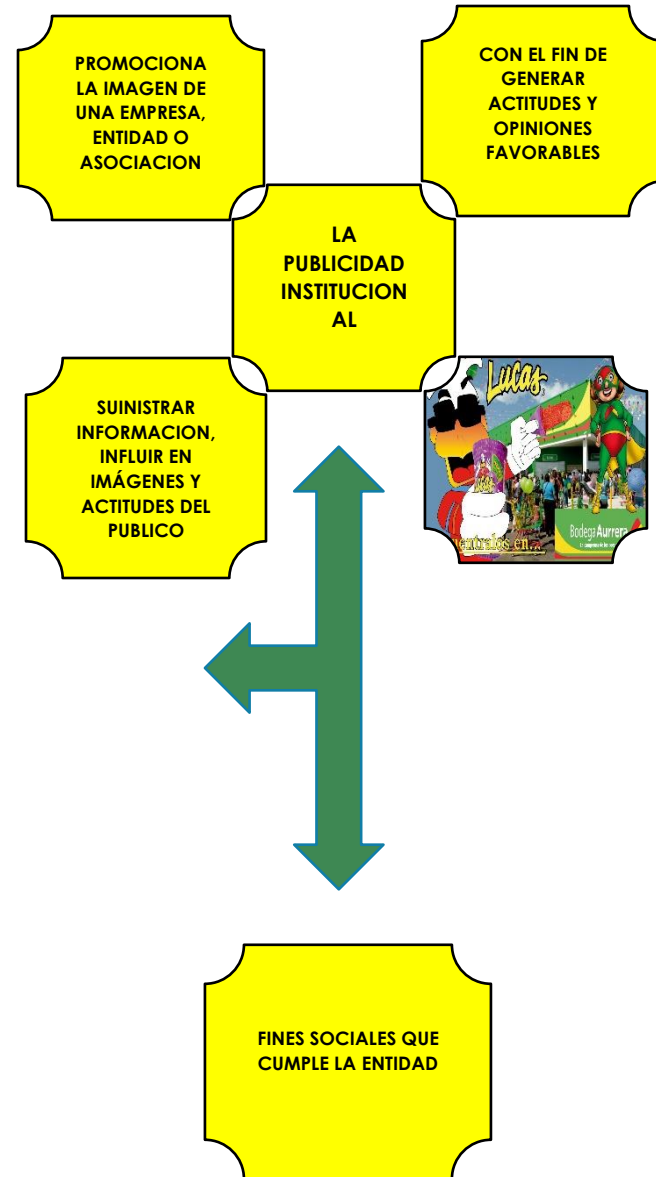
FORMADO POR UNA SERIE DE FASES O ETAPAS SECUENCIALES CUYA IMPORTANCIA, INTENSIDAD Y DURACIÓN DEPENDEN DEL TIPO DE COMPRA QUE SE EFECTÚE







3.4. LOS MEDIOS DE PROMOCION



REVISTEN CIERTAS QUE LOS HACEN DIFERENTES DE LOS PRODUCTOS DE CONSUMO O INDUSTRIALES

3.5. MEZCLA AMPLIADA



SERVICIOS DE PREVENTA

SON TODAS LAS ACTIVIDADES QUE EFECTUA EL VENDEDOR

ES EL SERVICIO QUE SE OFRECE ANTES DE LA ENTREGA DEL SASTIFACTOR

DURANTE LA VENTA

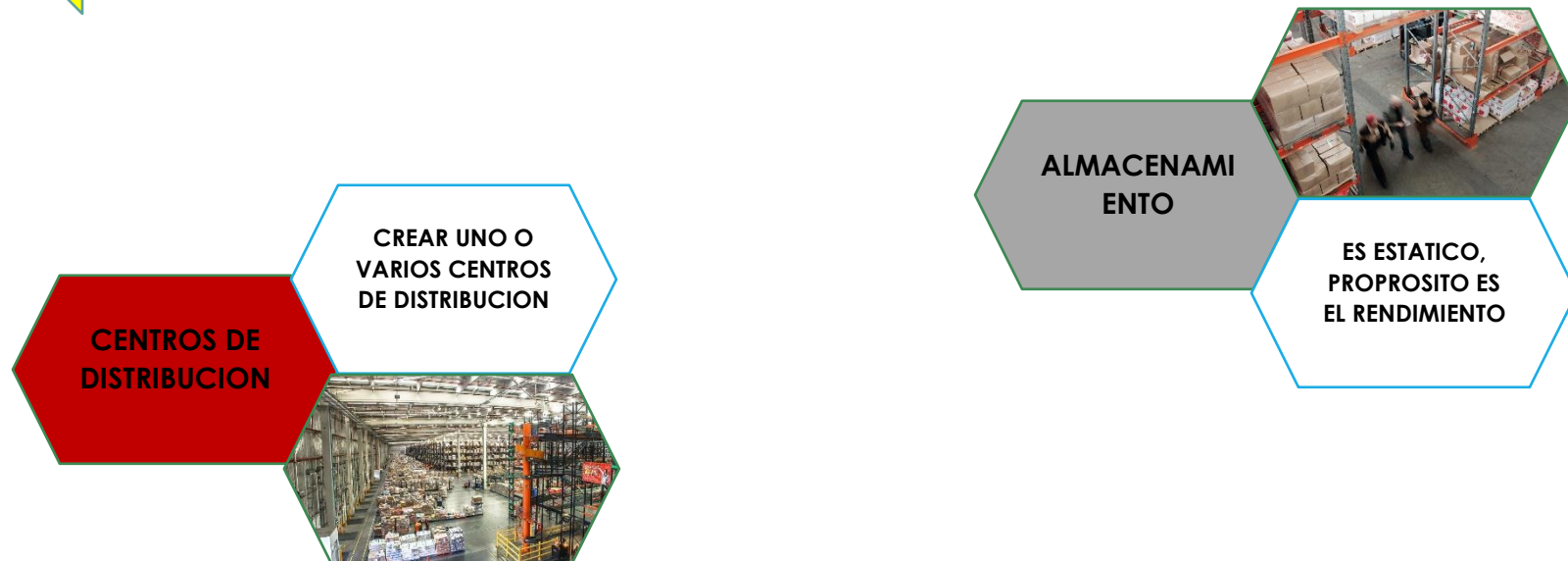


POSVENTA

ACTIVIDADES QUE EFECTUA EL VENDEDOR, QUE EL CONSUMIDOR ADQUIRIO



3.5.1 DESCRIPCION DEL PROCESO PARA LA SECCION, UBICACIÓN, CONSTRUCCION Y MANTENIMIENTO DEL ESPACIO HOSPITALARIO

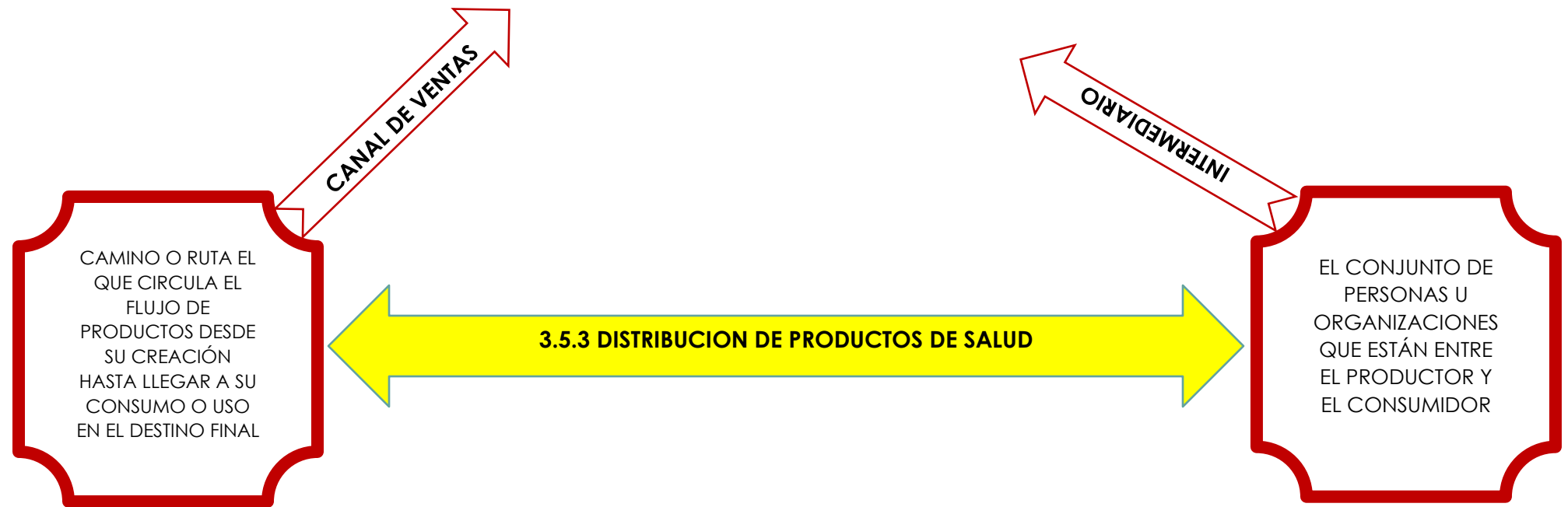




EL EQUIPO DIRECTIVO DEBE PLANTEARSE UN PROYECTO DE GESTION

3.5.2 DESCRIPCION DEL PROCESO PARA DESARROLLO DE UN NEGOCIO EN EL CAMPO DE LAS INSTITUCIONES HOSPITALARIAS. APERTURA DE UN NUEVO CENTRO HOSPITALARIO.





**3.5.4
COMUNICACION EN SALUD**

**RECOGE LA
COMPLEJIDAD DE
LA DIALECTICA
DE LOS MEDIOS**



**SOCIEDAD
AMERICANA
PARA EL CONTROL
DE LA CALIDAD**

**CUANDO
SASTIFACE LA
NECESIDADES Y
EXPECTATIVAS
DEL CLIENTE**

**CONJUNTO DE
CRACTERISTICAS DE UN
PRODUCTO PROCESO O
SERVICIO QUE LE CONFIEREN
SU APTITUD PARA
SASTIFACER LAS
NECESIDADES**

**3.5.5 PLACEME, EL
COMPONENTE DE
CALIDAD**

**APTITUD O
ADECUACION AL
USO**

