

FUNDAMENTOS DE LA MERCADOTECNIA EN SALUD

Mercadotecnia.

Es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los compradores, clientes, socios y la sociedad en general



La Mercadotecnia en las instituciones hospitalarias

La mercadotecnia en instituciones hospitalarias es fundamental para promover sus servicios, mejorar la experiencia del paciente y aumentar la participación comunitaria.



Dimensiones y usos de la Mercadotecnia Sanitaria..

Las etapas que genera la mercadotecnia se basan en el desarrollo de sus actividades de manera lógica y establecida

Medio

Microentorno: Proveedores, Intermediarios.

La competencia, Instituciones comerciales

Macroentorno: Entorno demográfico, Entorno económico, Entorno cultural y social, Entorno legal y político

Mezcla básica de la Mercadotecnia en las instituciones hospitalarias

Analiza las principales actividades de una empresa: creación, distribución, promoción e intercambio de bienes y servicios, que para efectos de la materia denominaremos satisfactores.



El producto en las instituciones hospitalarias

Por producto de salud puede entenderse tanto un objeto concreto (v.g. fármaco, vacuna, aparato ortopédico, etc.) como un servicio (consulta médica, intervención quirúrgica, educación sanitaria, etc.) que ha incorporado trabajo humano y cuyo valor de utilidad está dado por su capacidad para satisfacer una necesidad o resolver un problema de salud.

