



**Mi Universidad**

## **Mapa Conceptual**

**Nombre del Alumno:** *Presciliano Elifas Roblero Gómez*

**Nombre del tema:** *La Promoción en las instituciones hospitalarias*

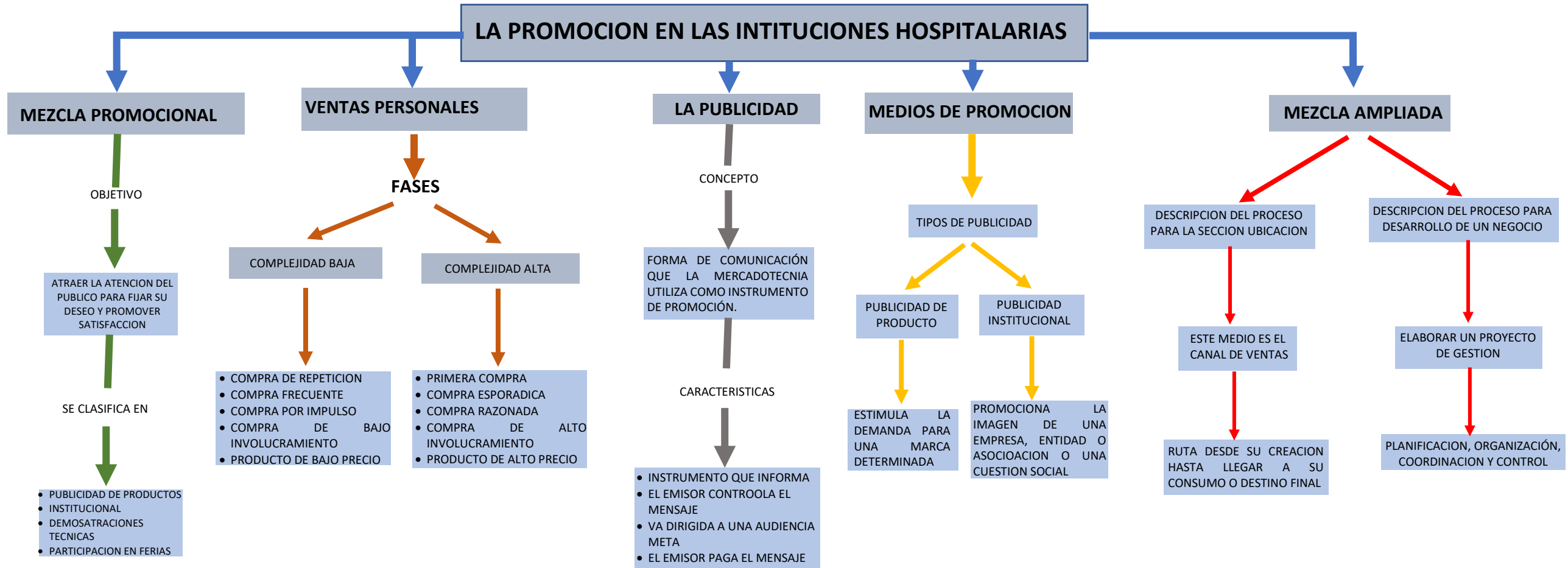
**Parcial:** *1ro.*

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

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

**Cuatrimestre:** *2do.*

**Lugar y Fecha de elaboración:** *Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Abril 2024*



# LA PROMOCION EN LAS INTITUCIONES HOSPITALARIAS

## MEZCLA PROMOCIONAL

OBJETIVO

ATRAER LA ATENCION DEL PUBLICO PARA FIJAR SU DESEO Y PROMOVER SATISFACCION

SE CLASIFICA EN

- PUBLICIDAD DE PRODUCTOS
- INSTITUCIONAL
- DEMOSATRACIONES TECNICAS
- PARTICIPACION EN FERIAS

## VENTAS PERSONALES

FASES

COMPLEJIDAD BAJA

- COMPRA DE REPETICION
- COMPRA FRECUENTE
- COMPRA POR IMPULSO
- COMPRA DE BAJO INVOLUCRAMIENTO
- PRODUCTO DE BAJO PRECIO

COMPLEJIDAD ALTA

- PRIMERA COMPRA
- COMPRA ESPORADICA
- COMPRA RAZONADA
- COMPRA DE ALTO INVOLUCRAMIENTO
- PRODUCTO DE ALTO PRECIO

## LA PUBLICIDAD

CONCEPTO

FORMA DE COMUNICACIÓN QUE LA MERCADOTECNIA UTILIZA COMO INSTRUMENTO DE PROMOCIÓN.

CARACTERISTICAS

- INSTRUMENTO QUE INFORMA
- EL EMISOR CONTROLA EL MENSAJE
- VA DIRIGIDA A UNA AUDIENCIA META
- EL EMISOR PAGA EL MENSAJE

## MEDIOS DE PROMOCION

TIPOS DE PUBLICIDAD

PUBLICIDAD DE PRODUCTO

ESTIMULA LA DEMANDA PARA UNA MARCA DETERMINADA

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

PROMOCIONA LA IMAGEN DE UNA EMPRESA, ENTIDAD O ASOCIACION O UNA CUESTION SOCIAL

## MEZCLA AMPLIADA

DESCRIPCION DEL PROCESO PARA LA SECCION UBICACION

ESTE MEDIO ES EL CANAL DE VENTAS

RUTA DESDE SU CREACION HASTA LLEGAR A SU CONSUMO O DESTINO FINAL

DESCRIPCION DEL PROCESO PARA DESARROLLO DE UN NEGOCIO

ELABORAR UN PROYECTO DE GESTION

PLANIFICACION, ORGANIZACIÓN, COORDINACION Y CONTROL