

UNIVERSIDAD DEL SURESTE



NOMBRE DE LA ALUMNA:

LORENA DEL CARMEN HERNANDEZ DE LA CRUZ

NOMBRE DEL TEMA:

UNIDAD III LA PROMOCIÓN EN LAS INSTITUCIONES HOSPITALARIAS

NOMBRE DE LA MATERIA:

MERCADOTECNIA EN SALUD

NOMBRE DE LA PROFESORA:

DRA. ANDEA PULLIDO ARGUELLO

NOMBRE DE LA MAESTRIA:

MAESTRIA EN ADMINISTRACION EN LOS SISTEMAS DE SALUD

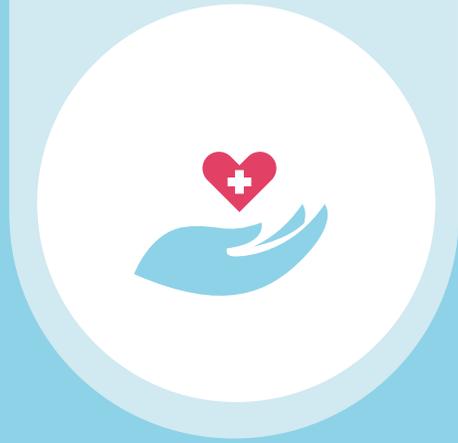
2DO CUATRIMESTRE

LA PROMOCION EN LAS INSTITUCIONES HOSPITALARIAS.

La mezcla promocional

e refiere a las diversas herramientas y tácticas utilizadas por las instituciones hospitalarias para promover sus servicios de salud y productos relacionados.

Principales herramientas que conforman esta mezcla: Publicidad, ventas personales, promoción de ventas y relaciones públicas



VENTAS PERSONALES



EN EL CONTEXTO HOSPITALARIO INVOLUCRAN LA INTERACCIÓN DIRECTA ENTRE UN REPRESENTANTE DE LA INSTITUCIÓN Y LOS PACIENTES.

LA PUBLICIDAD



EN EL ÁMBITO HOSPITALARIO ES ESENCIAL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE SALUD DE LA INSTITUCIÓN.

- MEDIOS MASIVOS: ANUNCIOS EN TELEVISIÓN, RADIO, REVISTAS, PRENSA ESCRITA, ETC.
- PUBLICIDAD DIGITAL: CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES, ANUNCIOS EN GOOGLE, BLOGS DE SALUD, ETC.
- PUBLICIDAD EXTERIOR: CARTELES, ANUNCIOS EN PARADAS DE BUSES, VALLAS PUBLICITARIAS, ENTRE OTROS.



LOS MEDIOS DE PROMOCION

Son los canales a través de los cuales se difunden los mensajes promocionales. Pueden ser tanto tradicionales como digitales.

Mezcla ampliada

Hace referencia a un enfoque más holístico que abarca no solo los elementos tradicionales de la mezcla promocional, sino también otros aspectos importantes en la promoción de la salud.



DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE SALUD

ES UN ASPECTO ESENCIAL, YA QUE LA DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS MÉDICOS DE CALIDAD EN LOS HOSPITALES DEPENDE DE UNA LOGÍSTICA EFICIENTE.



COMUNICACIÓN EN SALUD

ABARCA LA TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN CLARA Y PRECISA ENTRE LOS PROFESIONALES DE LA SALUD Y LOS PACIENTES, ASÍ COMO ENTRE LOS HOSPITALES Y LOS PROVEEDORES.



PLÁCEME, EL COMPONENTE DE CALIDAD

se refiere a la garantía de que los productos y servicios promovidos cumplen con estándares altos de calidad.