



Curso 
**Marketing
en Salud**

Duración: **1 Mes**

MÓDULOS

I Introducción al Marketing en Salud

- Conceptos básicos: producto, precio, plaza y promoción (las 4P).
- Diferencias entre marketing tradicional y marketing en salud.
- Rol del marketing en el acceso a servicios de salud.
- Características del sector salud como mercado.
- Identificación de actores clave: pacientes, proveedores, aseguradoras y reguladores.
- Normativas y restricciones éticas y legales.
- Factores que influyen en la elección de servicios y productos de salud.
- Segmentación del público objetivo: perfiles de pacientes.
- Análisis de campañas exitosas en el sector salud.

II Estrategias de Comunicación y Branding en Salud

- Principios de comunicación centrada en el paciente.
- Creación de mensajes claros, precisos y confiables.
- Uso de medios digitales y tradicionales en salud.
- Importancia de construir confianza y credibilidad.
- Diseño de identidad visual y narrativa de marca en salud.
- Ejemplos de marcas exitosas en el sector.
- Uso de redes sociales, páginas web y blogs.
- Posicionamiento SEO y campañas SEM para servicios de salud.
- Diseño de un mensaje promocional ético y efectivo.

III Estrategias de Marketing y Relación con el Cliente

- Estrategias basadas en las necesidades del paciente.
- Promoción de servicios preventivos, curativos y de bienestar.
- Marketing de contenidos en salud.
- Importancia de la experiencia del paciente en el marketing.
- Técnicas para mejorar la satisfacción y la lealtad.
- Feedback y su impacto en la mejora continua.
- Enfoque centrado en el paciente y sus derechos.
- Evitación de la desinformación y la explotación emocional.
- Creación de una campaña de fidelización basada en la experiencia del paciente.

MÓDULOS

IV Plan de Marketing en Salud y Evaluación Final

- Definición de objetivos SMART (específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales).
- Identificación de recursos y presupuesto.
- Planificación de tácticas y cronograma.
- Indicadores clave de desempeño (KPIs) en marketing en salud.
- Uso de herramientas analíticas para evaluar campañas.
- Ajustes y mejoras en la estrategia.
- Presentación de planes de marketing diseñados por los participantes.
- Feedback grupal y discusión sobre enfoques éticos.
- Resolución de dudas.
- Reflexión sobre la importancia del marketing ético en salud.
- Entrega de certificados.

Modalidad:
Presencial

Duración:
1 Mes

