



## GUÍA DOCENTE 2023-2024

### DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

|                           |                                  |   |                                 |
|---------------------------|----------------------------------|---|---------------------------------|
| ASIGNATURA:               | Marketing en Salud               |   |                                 |
| PLAN ESTUDIOS:            | DE                               | Máster Universitario en Gestión Sanitaria |                                 |
| FACULTAD:                 | Facultad de Ciencias de la Salud |   |                                 |
| CARÁCTER ASIGNATURA:      | DE                               | LA  | Obligatoria                     |
| ECTS:                     | 4                                |   |                                 |
| CURSO:                    | Primero                          |   |                                 |
| SEMESTRE:                 | Segundo                          |   |                                 |
| IDIOMA EN QUE SE IMPARTE: | EN                               | QUE                                       | SE<br>Castellano                |
| PROFESORADO:              | Daniela Torrico                  |   |                                 |
| DIRECCIÓN ELECTRÓNICA:    | DE                               | CORREO                                    | daniela.torrico@uneatlantico.es |

### DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

|   |
|---|
| <b>REQUISITOS PREVIOS:</b>  |
| No aplica   |
| <b>CONTENIDOS:</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Tema 1. Definiciones de Marketing.</li><li>• Tema 2. Ventajas.</li><li>• Tema 3. Marketing Negativo.</li><li>• Tema 4. Dinámica y Orientación.</li><li>• Tema 5. Sensibilidad hacia el Usuario.</li><li>• Tema 6. El Producto y el Proceso Productivo en el Hospital.</li></ul> |

## COMPETENCIAS

### COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CG1 - Aplicar e integrar conocimientos especializados a través del pensamiento crítico y lógico para la gestión de centros sanitarios.
- CG4 - Resolver problemas de forma creativa e innovadora en el ámbito de la gestión sanitaria.
- CG2 - Planificar y dirigir procesos que propendan a mejorar los existentes y a la creación de cambios innovadores dentro de la gestión de servicios de salud.
- CG3 - Desarrollar habilidades de comunicación y negociación valorando y promoviendo el trabajo en equipo e interdisciplinar.
- CG5 - Elaborar y ejecutar planes estratégicos aplicando juicios, resultado del análisis de la realidad, que permitan evaluar y garantizar los resultados esperados en el ámbito sanitario.
- CG6 - Realizar funciones de liderazgo en diferentes escenarios y situaciones relacionados con la gestión sanitaria.
- CG7 - Implementar estrategias innovadoras para la dirección, evaluación y gestión de la calidad de la atención del usuario en los centros de salud.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CE6 - Llevar a cabo técnicas de optimización de la gestión de los servicios de salud a partir de criterios de medición del producto sanitario y del marketing de servicios.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- CE6.1. Elaborar el marketing mix de una entidad sanitaria.
- CE6.2. Describir y evaluar los procesos de oferta de un servicio.

## METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

### METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos
- Resolución de ejercicios
- Aprendizaje basado en problemas

- Aprendizaje orientado a proyectos
- Trabajo autónomo

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

| Actividades formativas           |   | Horas |
|----------------------------------|---|-------|
| <b>Actividades supervisadas</b>  | Actividad de foro                             | 15    |
|                                  | Corrección de actividades                     | 3     |
|                                  | Tutorías (individual/en grupo)                | 8     |
| <b>Actividades autónomas</b>     | Sesiones expositivas virtuales                | 8     |
|                                  | Preparación de las actividades de foro        | 15    |
|                                  | Estudio personal y lecturas                   | 25    |
|                                  | Elaboración de trabajos (individual/en grupo) | 20    |
|                                  | Realización de actividades de autoevaluación  | 3     |
| <b>Actividades de evaluación</b> | Actividades de evaluación                     | 3     |

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

#### CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

| Actividades de evaluación                     | Ponderación |
|---|-------------|
| Actividades prácticas (resolución de un caso) | 45%         |
| Actividad de debate                           | 5%          |
| Examen final                                  | 50%         |

Para más información consúltese [aquí](#).

#### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En la convocatoria extraordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

| Actividades de evaluación       | Ponderación |
|---------------------------------|-------------|
| Actividad de debate             | 5%          |
| Actividades prácticas (trabajo) | 45%         |
| Examen final                    | 50%         |

Para más información consúltese [aquí](#).

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

|   |
|---|
| <p><b>BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:</b></p> <p>Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ferriol F. Marketing. Material didáctico propio de la institución. Barcelona: Fundación Universitaria Iberoamericana; 2012. ISBN: 978-84-9079-127-1</li> </ul>   |
| <p><b>BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:</b></p> <p>Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejía JC, Rosa-Salazar DD la, Huertas-Moreno HD o. Implicaciones de la COVID-19 sobre el marketing de servicios educativos: un estudio desde las motivaciones y estados de ánimo de universitarios en Colombia. Estudios Gerenciales. marzo de 2021;37(158):126-37.</li> <li>- Panamá-Chica CA, Erazo-Álvarez JC, Narváez-Zurita CI, Mena-Clerque SE. El Marketing como estrategia de posicionamiento en empresas de servicios. Dom Cien. 2019;5(3):784-802.</li> <li>- Sara DC, Carlos J. Lineamientos y estrategias para mejorar la calidad de la atención en los servicios de salud. Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Publica. junio de 2019;36(2):288-95.</li> <li>- Marcial VF. Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto. Bibliotecas Anales de Investigación. 2015;Año 11(11):64-78.</li> <li>- Rodríguez JNO, Altamirano KL, Álvarez JCE, Sarmiento WH. Mejora de la satisfacción al cliente bajo el enfoque de la lógica borrosa. Killkana sociales: Revista de Investigación Científica. 2019;3(1):15-24.</li> <li>- Román AP, Nebreda LP. Marketing industrial y de servicios. ESIC Editorial; 2018. 249 p.</li> <li>- Rodríguez MT, Pineda DY, Castro C. Tendencias del marketing moderno, una revisión teórica. Revista ESPACIOS. 2020;41(27):17.</li> <li>- Avellán Roca LE. Plan de marketing digital para posicionar a las empresas de seguridad y salud ocupacional del sector norte de la ciudad de Guayaquil. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo; 2019.</li> <li>- March Cerdà JC. La salud 2.0 y el marketing social. Horizonte sanitario. agosto de 2019;18(2):97-9.</li> </ul> |
| <p><b>WEBS DE REFERENCIA:</b></p> <p>No aplica</p>  |
| <p><b>OTRAS FUENTES DE CONSULTA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Base de datos EBSCO – Acceso a través del campus virtual</li> </ul>   |