Misión

Somos un semillero dedicado a impulsar en los estudiantes la investigación formativa en el marketing en salud. Nos enfocamos en analizar el marketing estratégico mediante la innovación centrada en los usuarios del ecosistema de la salud, abordando las dinámicas de la transformación productiva y retos del sector desde lo regional, nacional e internacional, con el fin de contribuir al campo de conocimiento.

Visión

Seremos reconocidos por la comunidad académica y científica como un referente institucional en investigación formativa en marketing en salud, para contribuir de manera significativa a la comprensión de los desafíos que enfrenta el sector salud en términos de transformación productiva.

Correo de contacto de líder:
kvandrade@admon.uniajc.edu.co
Nombre del líder: Karla Andrade Díaz
Línea de investigación: "Gestión estratégica" temas de investigación: El comportamiento del consumidor en salud. La investigación de mercados en el ámbito de la salud. Estrategias de comunicación efectivas para promover, productos, servicios y programas de salud. Nuevas tendencias en marketing social y otras formas de promoción del bienestar y la salud en la población. Estrategias de marketing farmacéutico. Marketing digital en salud. Innovación en soluciones de salud.

FEDV
FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y VIRTUAL

Antonio José Camacho
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA

Health Marketing

Antonio José Camacho
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA



Health Marketing



Objetivo General

Fomentar el pensamiento crítico y el espíritu investigativo en la comunidad académica, contribuyendo a la investigación formativa en el campo del marketing en salud.

Objetivos específicos

1. Fomentar una cultura investigativa en marketing en salud, impulsando el pensamiento crítico dentro de la comunidad académica

2. Contribuir al diagnóstico, evaluación y mejora de los desafíos en marketing en salud que enfrentan los diversos actores del ecosistema

3. Participar activamente en actividades de investigación a nivel institucional, local, regional, nacional e internacional.

