

Specyfika marketingu usług medycznych – pacjent w systemie usług zdrowotnych

Wstęp.....3

Rozdział I

Specyfikacja marketingu usług.

1. Istota marketingu usług.....5
2. Segmentacje rynku usług.....6
3. Instrumenty marketingu-mix.....9

Rozdział II

Marketing usług medycznych.

1. Marketing w placówkach zdrowia.....20
2. Marketing – mix w opiece zdrowotnej.....25
3. Pacjent w systemie świadczeń zdrowotnych.....28

Rozdział III

„Badanie opinii pacjentów na temat świadczonych usług medycznych w wybranej placówce”.

1. Podstawy metodologiczne badań własnych.....31
2. Analiza wyników badań.....34

Zakończenie.....50

Literatura.....52

Akty normatywne.....53

Spis tabel.....54

Spis wykresów.....55

Spis rysunków.....56

Spis załączników.....56

Załączniki.....57