Дипломная работа

Организация службы маркетинга на предприятии

Стр\_62

[ВВЕДЕНИЕ](#_Toc98422910)

[1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ СЛУЖБЫ МАРКЕТИНГА МЕДИЦИНСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ](#_Toc98422911)

[1.1 Сущность и необходимость маркетингового развития медицинских организаций](#_Toc98422912)

[1.2 Ключевые стратегические направления развития медицинских организаций на современном этапе](#_Toc98422913)

[1.3 Зарубежный опыт организации службы маркетинга медицинских организаций](#_Toc98422914)

[2 ОЦЕНКА МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ](#_Toc98422915)

[2.1 Общая характеристика деятельности медицинского центра](#_Toc98422916)

[2.2 Комплексный анализ ключевых маркетинговых коммуникаций](#_Toc98422918)

[2.3 Проблемы привлечения пациентов медицинским центром](#_Toc98422919)

[3 ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПАЦИЕНТОВ ЗА СЧЕТ ОРГАНИЗАЦИИ СЛУЖБЫ МАРКЕТИНГА](#_Toc98422921)

[3.1 Разработка направлений повышения маркетинговой деятельности](#_Toc98422922)

[3.2 Экономическая оценка предложенных мероприятий](#_Toc98422923)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ](#_Toc98422924)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ](#_Toc98422926)

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате освещения темы выпускной квалификационной работы нами получены следующие выводы теоретического и практического характера:

Под медицинским маркетингом будем понимать деятельность, направленную на получение полной информации о потребностях населения в различных видах медико-социальной помощи, обеспечивающей сохранение общественного здоровья.

Медицинская услуга - это мероприятие или комплекс мер, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, обладающих самостоятельным значением и конкретной стоимостью в частном учреждении.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1 Кучеренко В.З, Корюкин В.Г., Морозов В.П. Организационно-правовые формы экономической деятельности учреждений здравоохранения. — Спб, 2014. - 220 с.

2 Малахова Н.Г. Маркетинг медицинских услуг. — М.: МЦФЭР, 2018. - 166 с.

3 Хальфин Р. А., Семенов В.Ю. Статистический учет и отчетность учреждений здравоохранения / Р. А. Хальфин, Е. П. Какорина, Л. А. Михайлова; под общ. ред. В. И. Стародубова. - М. : МЦФЭР, 2019. - 367 с.

4 Тепляков М.Б. Маркетинг медицинских услуг как неотъемлемый инструмент повышения эффективности функционирования учреждений здравоохранения// Экономика здравоохранения, 2011. № 2. С. 36 - 39.

5 Тогунов И.А. Конкуренция в здравоохранении и медицине // Менеджер здравоохранения. - 2015. - № 11, С.17-18