



Европейски съюз

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„РАЗВИТИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ“ 2007-2013



Европейски социален фонд

МИНИСТЕРСТВО НА ОБРАЗОВАНИЕТО, МЛАДЕЖТА И НАУКАТА
Схема BG051PO001-4.3.04 „Развитие на електронни форми
на дистанционно обучение в системата на висшето образование“

МЕДИЦИНСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ПЛЕВЕН **ЦЕНТЪР ЗА ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ**

ТОНИ БЕКОВ

МАРКЕТИНГ В ЗДРАВЕОПАЗВАНЕТО

ПЪРВО ИЗДАНИЕ

**ПЛЕВЕН
2013**

Учебникът е фокусиран върху управлението и същността на маркетинга, като обръща внимание на особеностите на маркетинговите дейности в здравеопазването и обсъжда начините за приложението им. Освен фундаменталните въпроси за управлението на маркетинга, разновидностите и еволюцията му, е отделено специално внимание върху ръководството в кризисни ситуации, приложението на електронните технологии в съвременния маркетинг на медицински дейности, както и професионалните умения в маркетинга на лекарствените продукти. Днес, в резултат на бързо развиващия се и променящ се пазар, обект на маркетинг са не само стоките и услугите, но и хората, териториите, идеите, компаниите, знанията. Затова в последните глави на тази книга е отделено внимание на приложението на уебсайтове и електронни здравни портали в областта на медицинските услуги и здравеопазването като цяло.

От автора

Всички права запазени, също и тези за фотомеханични копия и размножаване на електронни медии. Нито една част от тази книга, текст, фигури или схеми не могат да бъдат размножавани или предавани под никаква форма или начин без писменото разрешение на автора на това издание.

© Тони Веков автор, 2013

© Издателски център МУ – Плевен, 2013

© Печатница „ЕА“ – Плевен, 2013

ISBN 978-954-756-133-5

СЪДЪРЖАНИЕ

Увод	5
<i>Глава 1. Определение и основни понятия на маркетинга</i>	7
<i>Глава 2. Видове маркетингови дейности</i>	
1. Стратегически дейности	19
2. Тактически дейности	42
3. Административни дейности	66
<i>Глава 3. Управление на маркетинга</i>	
1. Анализ на пазара и купувачите	73
2. Изследване на конкуренцията. Видове конкурентни стратегии	81
3. Пазарно сегментиране и избор на целеви пазари. Нива и модели	96
4. Нови продукти. Диференциране и позициониране. Продуктов жизнен цикъл	107
5. Управление на продуктите и търговските марки	119
6. Характеристика и управление на услугите	130
7. Ценова стратегия	142
8. Управление на търговията на едро и дребно.....	164
9. Маркетингова комуникация.....	179
10. Управление на търговските екипи	185
Библиография	204

