

Wstęp	7
Rozdział 1	
Gabinety lekarskie na rynku usług zdrowotnych	11
Rozdział 2	
Koncepcja marketingowego zarządzania gabinetem lekarskim	15
Rozdział 3	
Otoczenie gabinetu lekarskiego	25
Rozdział 4	
Sposoby konkurowania gabinetów lekarskich	35
Rozdział 5	
Segmentacja pacjentów a działania gabinetu	43
Rozdział 6	
Zachowania pacjentów	50
Rozdział 7	
Badania marketingowe na rynku usług medycznych	59
Rozdział 8	
Strategia produktu	71
Rozdział 9	
Usługi gabinetów lekarskich	76
Rozdział 10	
Zarządzanie wizerunkiem placówki medycznej	86
Rozdział 11	
Zarządzanie marką placówki medycznej	98
Rozdział 12	
Strategie cenowe gabinetów lekarskich	104

Rozdział 13

Promocja gabinetów lekarskich	113
--	------------

Rozdział 14

Rola personelu w zarządzaniu marketingowym	129
---	------------

Rozdział 15

Neuromarketing a działania gabinetu	141
--	------------

Rozdział 16

Plan marketingowy gabinetu lekarskiego	150
---	------------

Rozdział 17

Negocjacje w sferze usług zdrowotnych	158
--	------------

Zakończenie	173
--------------------------	------------

Bibliografia	175
---------------------------	------------