

Działania z zakresu marketing mix w sektorze usług medycznych na przykładzie niepublicznej przychodni lekarskiej

Wstęp.....3

Rozdział I

Istota marketingu usług

1.1 Podstawowe pojęcia marketingu..... 5

1.2. Marketing w działalności usługowej10

1.3. Marketing usług medycznych19

Rozdział II

Opis firmy XYZ i jej otoczenia

2.1 Przedstawienie firmy24

2.2 Analiza otoczenia27

2.2.1 Makrootoczenie..... 31

2.2.2 Mikrootoczenie..... 35

2.3 Analiza SWOT, identyfikacja misji i celów39

Rozdział III

Działania marketingowe firmy XYZ

3.1 Opis działalności marketingowej w niepublicznej przychodni lekarskiej46

3.2 Wyniki badań..... 53

Zakończenie63

Bibliografia..... 66

Ankieta..... 69

Spis rysunków i wykresów72