

Ocena elementów kształtowania jakości usług i satysfakcji pacjentów w działalności kliniki dr Krasickiej

Wstęp.....4

Rozdział I

Istota marketingu usług

- 1.1. Marketing – pojęcia podstawowe6
- 1.2. Marketing w działalności usługowej..... 11
- 1.3. Marketing w usługach medycznych16

Rozdział II

Rola i miejsce jakości w działalności usługowej

- 2.1. Marketing – mix w działalności usługowej22
 - 2.1.1. Pojęcie marketingu – mix22
 - 2.1.2. Nowe składowe marketingu dla usług..... 23
 - 2.1.3. Rola i znaczenie personelu26
 - 2.1.4. Świadczenia materialne jako element gwarantujący jakość usługi..... 27
 - 2.1.5. Proces jako wytyczna wyboru usług28
- 2.2. Metody kształtowania jakości usług29
- 2.3. Wpływ jakości na konsumpcję usługi32

Rozdział III

Cel i metodyka badań39

Rozdział IV

Omówienie wyników52

4.1. Prezentacja Kliniki dr Krasicki jako przedmiotu badań	52
4.2. Analiza podstawowych działań kliniki na rzecz kształtowania jakości usług i satysfakcji pacjentów.....	55
4.2.1. Kształtowanie oferty usług	55
4.2.2. Rozwój bazy usługowej	56
4.2.3. Kwalifikacje personelu.....	57
4.2.4. Zarządzanie relacjami z klientem	58
4.2.5. Działalność marketingowa.....	60
4.3. Jakość wybranych elementów działalności kliniki w ocenie pacjentów	61
4.3.1. Przyczyny wyboru kliniki przez pacjentów	61
4.3.2. Ocena ogólna jakości usług.....	64

Wnioski..... 71

Bibliografia..... 74

Spis tabel77

Spis rysunków i wykresów78

Załącznik – ankieta79