

Галкин В. В.

Медицинский бизнес : учебное пособие / В. В. Галкин. — М. КНОРУС,
2007. - 272 с.

Всесторонне рассматривается сущность предпринимательской деятельности в сфере здравоохранения. Описаны виды и организационно-правовые формы современного медицинского бизнеса. Раскрыты особенности торговли товарами медицинского назначения. Отдельные главы посвящены вопросам кадровой политики, бизнес-планирования и охраны коммерческой тайны.

Особое внимание уделено проблемам предпринимательской культуры и недобросовестной конкуренции в медицинском бизнесе.

Для студентов медицинских вузов и факультетов, слушателей системы послевузовского образования, руководителей, предпринимателей.

Содержание

Введение

Глава 1. ГЕНЕЗИС И РАЗВИТИЕ МЕДИЦИНСКОГО БИЗНЕСА

- 1.1. У истоков медицинского бизнеса
- 1.2. Коммерческая и некоммерческая медицина: проблемы сосуществования
- 1.3. Социально-экономические предпосылки для развития
медицинского бизнеса в современных условиях
- 1.4. Личность организатора медицинского бизнеса.
Предпринимательский образ мышления
Контрольные вопросы

Глава 2. ВИДЫ МЕДИЦИНСКОГО БИЗНЕСА

- 2.1. Индустрия здравоохранения и медицинского бизнеса
- 2.2. Лечебный и диагностический бизнес
- 2.3. Страховая медицина
- 2.4. Фармакологический бизнес
- 2.5. Аптечный бизнес
- 2.6. Санаторно-курортный бизнес и иные виды предпринимательской
деятельности в сфере здравоохранения
Контрольные вопросы

Глава 3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ МЕДИЦИНСКОГО БИЗНЕСА

- 3.1. Вхождение в бизнес. Государственная регистрация предпринимателей
- 3.2. Частнопрактикующие врачи и индивидуальные предприниматели
- 3.3. Единоличное владение
- 3.4. Партнерства
- 3.5. Общество с ограниченной ответственностью

3.6. Закрытое и открытое акционерное общество (частная и публичная корпорация)

3.7. Государственные и унитарные муниципальные предприятия

Контрольные вопросы

Глава 4. УПРАВЛЕНИЕ МЕДИЦИНСКИМ БИЗНЕСОМ

4.1. Предприниматель в медицинском бизнесе: врач или менеджер?

4.2. Эффективное управление медицинским бизнесом

4.3. Применение инструментов маркетинга в медицинском бизнесе

4.4. Ценообразование на медицинские товары и услуги

Контрольные вопросы

Глава 5. ТОРГОВЫЕ МАРКИ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В МЕДИЦИНСКОМ БИЗНЕСЕ

5.1. Торговые марки как инструмент индивидуализации

производителя и продукта

5.2. Нейминг в медицинском бизнесе

5.3. Назначение и функции торговых марок

5.4. Правовая защита торговых марок в медицинском бизнесе

Контрольные вопросы

Глава 6. ДИСТРИБУЦИЯ МЕДИЦИНСКОГО ПРОДУКТА. ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВЛИ МЕДИЦИНСКИМИ ТОВАРАМИ

6.1. Дистрибуция в медицинской индустрии

6.2. Конкурентоспособность торгового бизнеса.

Выбор месторасположения торгового предприятия

6.3. Мерчандайзинг в торговле лекарственными препаратами

и медицинскими товарами

6.4. Торговый персонал в аптечном бизнесе: базовые и специальные

требования

Контрольные вопросы

ГЛАВА 7. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ И КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В МЕДИЦИНСКОМ БИЗНЕСЕ

7.1. Предпринимательская культура как явление. Обычаи и традиции в бизнесе. Социальное партнерство

7.2. Миссия медицинского бизнеса

7.2. Корпоративная культура. Кодексы корпоративной этики

7.3. Элементы корпоративной культуры и практика их применения в медицинском бизнесе

Контрольные вопросы

Глава 8. КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

8.1. Базовые требования к персоналу. Поиск и отбор персонала

8.2. Закрепление и удержание кадров. Мотивация работников

8.3. Подготовка и переподготовка кадров в медицинском бизнесе

8.4. Увольнения и санкции. Сокращение штатов

Контрольные вопросы

Глава 9. ПОДДЕРЖКА МЕДИЦИНСКОГО БИЗНЕСА ИНТЕРНЕТ- РЕСУРСАМИ

9.1. Рынки электронной коммерции. Использование организаторами медицинского бизнеса сети Интернет

9.2. Поиск коммерческой информации, клиентов и партнеров.

Сайты медицинских организаций и частнопрактикующих врачей

9.3. Методы продвижения веб-сайта в Интернете.

Регистрация домена

9.4. Баннерная реклама

Контрольные вопросы

Глава 10. БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

10.1. Потребности и предпринимательские замыслы

10.2.Бизнес-план и его функции

10.3.Содержание и порядок разработки бизнес-плана

10.3.1.Введение

10.3.2.Основная часть

10.3.3.Приложение

Контрольные вопросы

Глава 11. КОММЕРЧЕСКАЯ ТАЙНА И МЕРЫ ПО ЕЕ ОХРАНЕ

11.1.Роль и значение коммерческой тайны в предпринимательской деятельности. Каналы утечки конфиденциальной информации

11.2.Обеспечение режима коммерческой тайны внутри медицинской компании. Выделение секторов закрытой информации

11.3.Инструменты защиты коммерческой тайны в медицинском бизнесе

11.4.Законодательная защита коммерческой тайны

Контрольные вопросы

Глава 12. ТЕНЕВОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И НЕДОБРОСОВЕСТНА КОНКУРЕНЦИЯ В МЕДИЦИНСКОМ БИЗНЕСЕ

12.1.Теневой бизнес в здравоохранении

12.2.Причины возникновения теневого бизнеса в здравоохранении

12.3.Ущерб, наносимый тeneвым медицинским бизнесом

Контрольные вопросы

Глава 13. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ В МЕДИЦИНСКОМ БИЗНЕСЕ

13.1. Профсоюзные организации. Профсоюзы наемных работников и предпринимателей

13.2.Союзы и ассоциации организаторов медицинского бизнеса: задачи, функции, практическая деятельность

13.3.Коммерческие и медицинские суды

13.4.Предпринимательский лоббизм в медицинском бизнесе

Контрольные вопросы

Глава 14. ПРОДАЖА, РЕОРГАНИЗАЦИЯ И ПРЕКРАЩЕНИЕ МЕДИЦИНСКОГО БИЗНЕСА

14.1.Продажа готового медицинского бизнеса

14.2.Повышение прибыльности медицинских компаний за счет переуступки прав и реорганизации бизнеса

14.3.Прекращение бизнеса и банкротство медицинских организаций

Контрольные вопросы

Литература

Интернет-источники