

1574337

співпраця з
НІМЕЧЧИНОЮ
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Виконавець:

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



Т. М. Шевченко, М. Б. Щербиніна,
А. Г. Лемберг, О. С. Воронкова, Є. С. Фаузі

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У МЕДИЦИНІ

Розглянуто основні поняття про менеджмент як науково обґрунтований процес управління, комплексний та системний підхід до управління в медицині, види стратегічного менеджменту, завдання та функції менеджера системи охорони здоров'я в сучасних економічних умовах.

Наведено соціальні основи маркетингу, аналіз ринкових можливостей, маркетинговий підхід до управління клініко-діагностичною лабораторією.

Для магістрів спеціальностей 223 Медсестринство, 224 Технології медичної діагностики та лікування, 27 Фізична терапія, ерготерапія, 229 Громадське здоров'я та інших медичних спеціальностей галузі 22 Охорона здоров'я.

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| Вступ | 4 |
| 1. Розвиток управління медичною справою в Україні | 6 |
| 2. Поняття менеджменту, його особливості в сучасний період..... | 12 |
| 3. Управління як наука, принципи та методи | 16 |
| 4. Комплексне вдосконалення процесів управління..... | 20 |
| 5. Організація системи управління | 24 |
| 6. Основні методи управління | 29 |
| 7. Культура менеджменту | 31 |
| 8. Використання техніки в управлінні | 35 |
| 9. Функції управління..... | 41 |
| 10. Планування як фаза процесу управління | 48 |
| 11. Стандарти якості медичних послуг..... | 54 |
| 12. Оцінка діяльності закладу охорони здоров'я..... | 58 |
| 13. Контроль як управлінська функція | 61 |
| 14. Менеджер у системі охорони здоров'я населення..... | 62 |
| 15. Стратегічний менеджмент у галузі охорони здоров'я | 67 |
| 16. Основні вимоги до складання бізнес-плану лікувально-профілактичного закладу | 71 |
| 17. Соціальні основи маркетингу | 75 |
| Запитання для самоконтролю | 81 |
| Додатки | 85 |
| Список використаної літератури | 97 |