

МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

рекомендательный список литературы

Маркетинг в здравоохранении : общие вопросы

Книги

1. Ветитнев, А.М. Маркетинг санаторно-курортных услуг : учебное пособие / А.М. Ветитнев. – М. : Медицина, 2001. – 224 с.
614.2 В-39 Аб. науч. лит.
2. Дорошенко, Г.В. Менеджмент в здравоохранении : учебное пособие / Г.В. Дорошенко, Н.И. Литвинова, Н.А. Пронина. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Форум ; М. : ИНФРА-М., 2006. – 160 с. – (Профессиональное образование). 614.2 Д-696 Аб. науч. лит.
3. Иорданская, Н.А. Маркетинг в здравоохранении : учебное пособие / Н.А. Иорданская, Т.В. Поздеева, В.А. Носкова ; Изд. организация Нижегородская государственная медицинская академия. – Н. Новгород : НижГМА, 2008. – 64 с. 614.2 И-756 Аб. науч. лит.
4. Маркетинг, Лизинг, логистика в здравоохранении / Р.А. Галкин, С.И. Двойников, В.В. Павлов [и др.]. – Самара : Перспектика, 1998. – 176 с. 614.2 М-27 Аб. науч. лит.
5. Организация маркетинговых исследований деятельности больницы : учебное пособие для вузов / Д.И. Кича, М.И. Ликстанов, М.Е. Путин, А.В. Фомина. – М. : ГЭОТАР-МЕД, 2004. – 112 с. – (XXI век).
614.2 О-641 Аб. науч. лит.
6. Экономика здравоохранения : учебное пособие для вузов / В.М. Алексеева, С.А. Ефименко, Е.Б. Галкин [и др.] ; под общ. ред. А.В. Решетникова. – 2-е изд. – М. : ГЭОТАР-Медиа, 2007. – 272 с.
614.2 Э-40 Аб. науч. лит.

Статьи их журналов, сборников, газет

7. Алексеева, В.М. Основы медицинского маркетинга / В.М. Алексеева // Главная медицинская сестра. - 2002. – № 5. – С. 41–48.
8. Алексеева, В.М. Основы медицинского маркетинга / В.М. Алексеева // Главная медицинская сестра. – 2002. – № 5. – С. 55–60.
9. Алексеева, В.М. Основы медицинского маркетинга / В.М. Алексеева // Главная медицинская сестра. – 2002. – № 6. – С. 37–43.
10. Белозор, А.А. Маркетинг платных медицинских услуг/ А.А. Белозор, В.С. Даненков // Амбулаторная хирургия : стационарозамещающие технологии. – 2006. – № 3. – С. 63–64.
11. Ветитнев, А.М. Целевая комплексная программа развития восстановительной медицины и ее маркетинговое обеспечение / А.М. Ветитнев, Н.В. Калмыкова // Здоровоохранение : журнал для руководителя и главного бухгалтера. – 2004. – № 9. – С. 29–40.
12. Ворожко, А.В. Маркетинг как основа успеха / А.В. Ворожко // Ремедиум. – 2004. – № 6. – С. 26–27.
13. Жукова, М.В. Организационно-управляющее обеспечение маркетинговой деятельности лечебно-профилактического учреждения / М.В. Жукова // Главврач. – 2008. – № 8. – С. 29–35.
14. Закирова, С.А. Маркетинг в здравоохранении / С.А. Закирова // Здоровоохранение Российской Федерации. – 2000. – № 6. – С. 26–30.
15. Закирова, С.А. Маркетинг в здравоохранении / С.А. Закирова // Здоровоохранение Российской Федерации. – 2001. – № 1. – С. 17–22.
16. Информационно-маркетинговый подход к планированию взаимоотношений пациентов и стационарных лечебных учреждений / Ю.П. Бойко, М.Е. Путин, С.А. Сурков, А.М. Лукашев // Экономика здравоохранения. – 2005. – № 11–12. – С. 11–15.
17. Кемалов, Р.Ф. Маркетинговая стратегия в управлении здравоохранением / Р.Ф. Кемалов // Экономика здравоохранения. – 2005. – № 10. – С. 23–27.

- 18.Кемалов, Р.Ф. Предпосылки использования маркетинга в здравоохранении / Р.Ф. Кемалов // Экономика здравоохранения. – 2005. – № 11–12. – С. 16–18.
- 19.Кемалов, Р.Ф. Роль маркетинга в здравоохранении / Р.Ф. Кемалов // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2006. – № 1. – С. 41–43.
- 20.Кириллов, А.В. Сравнительный анализ эффективности маркетинговых технологий для различных моделей организации первичной медико-санитарной помощи / А.В. Кириллов, М.В. Олейник // Менеджер здравоохранения. – 2005. – № 4. – С. 43–51.
- 21.Кича, Д.И. Роль медико-социального маркетинга в оптимизации деятельности многопрофильного стационара / Д.И. Кича, А.В. Фомина, М.И. Ликстанов // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2003. – № 6. – С. 20–23.
- 22.Маркетинг медицинских профилактических услуг в территориальной поликлинике крупного города / А.М. Калинина, И.Н. Шатерникова, Р.А. Еганян [и др.] // Профилактика заболеваний и укрепление здоровья. – 2005. – Т. 8, № 2. – С. 3–8.
- 23.Опыт преподавания вопросов менеджмента и маркетинга в здравоохранении на кафедре общественного здоровья и здравоохранения медицинского вуза / Н.И. Вишняков, Е.В. Дедков, Н.Г. Петрова [и др.] // Проблемы управления здравоохранением. – 2002. – № 6. – С. 70–71.
- 24.Подольцев А. Л. Маркетинговое исследование рынка медицинских услуг как основа поиска дополнительных источников финансирования / А.Л. Подольцев, Е.П. Яковлев // Экономика здравоохранения. – 2004. – № 9. – С. 9–11.
- 25.Подходы к изучению сферы обращения медицинских изделий, применяемых в стоматологии : первые результаты / О.О. Янушевич,

- В.И. Козичев, Е.И. Вошина [и др.] // Ремедиум. – 2005. – № 3. – С. 18–21
26. Столяров, С.А. Маркетинг как инструмент управления здравоохранением / С.А. Столяров // Экономика здравоохранения. – 2003. – № 11/12. – С. 21–24
27. Тогунов, И.А. Маркетинговые системы здравоохранения / И.А. Тогунов // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2001. – № 3. – С. 32–35.
28. Шляпников, В.В. Маркетинговый анализ качества медицинской помощи в негосударственном коммерческом медицинском учреждении / В. В. Шляпников // Экономика здравоохранения. – 2008. – № 2. – С. 43–45.

Авторефераты диссертаций

29. Чернов, А.Е. Научное обоснование концепции маркетинга в деятельности коммерческих медицинских организаций : автореф. дис. ... канд. мед. наук : 14.00.33 / Чернов Андрей Евгеньевич. – СПб. : Б.и., 2006. – 22 с. А-35033

Маркетинг в сестринском деле

Книги

30. Маркетинг в сестринском деле : учебное пособие / А.А. Модестов, С.И. Максимова, Ю.С. Пац, А.С. Ямщиков. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2006. – 336 с. – (Высшее образование). 614.2 М-266 Аб. науч. лит.

Статьи из журналов

31. Алексеева, В.М. Маркетинг услуг среднего медицинского персонала / В.М. Алексеева, З.В. Мухина // Главная медицинская сестра. – 2000. – № 5. – С. 35–42.

- 32.Блохина, М.В. Совершенствование системы управления сестринским персоналом лечебно-профилактических учреждений / М. В. Блохина // Главная медицинская сестра. – 2005. – № 6. – С. 93–98.
33. Павлов, Ю.И. Маркетинговый анализ потребности населения в медицинском сестринском уходе на дому / Ю.И. Павлов, А.В. Адалимова // Главная медицинская сестра. – 2008. – № 7. – С. 78–84.
34. Санникова, И.Н. Зачем нужны маркетинговые исследования в сфере дополнительного образования специалистов сестринского дела / И.Н. Санникова // Сестринское дело. – 2007. – N 3. – С. 21–22.
- 35.Шамшурина, Н.Г. Создание дома сестринского ухода: бизнес-план и медико-экономические расчеты / Н.Г. Шамшурина // Главная медицинская сестра. – 2005. – № 4. – С. 40–48.

Маркетинг в стоматологии

Книги

- 36.Тупикова, Л.Н. Основы маркетинга в стоматологии : учебное пособие для системы послевуз. проф. образования врачей / Л.Н. Тупикова, С.Е. Тупиков ; Изд. Организация Всероссийский центр по непрерывному медицинскому и фармацевтическому образованию. – М. : ГОУ ВУНМЦ, 2005. – 80 с. 616.31 Т-851 Аб. науч. лит., Чит. зал.

Статьи из журналов, сборников

- 37.Абакаров, С.И. Особенности маркетинговых стратегий для негосударственных стоматологических учреждений / С.И. Абакаров, О.Р. Курбанов, В.М. Гринин // Стоматология. – 2006. – Т. 85, № 4. – С. 48–50.
- 38.Козлов, Т. Маркетинг на стоматологическом рынке / Т. Козлов // Медицинская газета. – 2005. – № 40. – С. 6–7.

39. Курбанов, О.Р. Особенности маркетинговых стратегий для стоматологических учреждений / О.Р. Курбанов, А.И. Абдурахманов // Российский стоматологический журнал. – 2005. – № 4. – С. 41–42.
40. Harris, G. Основы маркетинга. Часть 4 : Распределение клиентов по группам / G. Harris // Новое в стоматологии. – 2004. – № 8. – С. 125–126.
41. Harris, G Прирост прибыли за счет маркетинга / W. F. Neal // Новое в стоматологии. – 2005. – № 1. – С. 124–127.
42. Троценко, А.Г. Технология разработки web-сайта стоматологической организации, или интерактивный маркетинг / А.Г. Троценко, В.Г. Бутова, М.З. Каплан // Стоматология. – 2008. – Т. 87, № 1. – С. 85-88.

Маркетинг в фармации

Книги

43. Васнецова, О.А. Маркетинг в фармации / О.А. Васнецова. – М. : Книжный мир, 1999. – 334 с. – (Приложение к журналу «Здравоохранение» ; 1998. – № 4) 615 В-19 Аб. науч. лит.
44. Васнецова, О.А. Медицинское и фармацевтическое товароведение : учебник для медицинских и фармацевтических вузов и медицинских специалистов / О.А. Васнецова. – М. : ГЭОТАР-Медиа, 2005. – 608 с. 615.4 В-19 Аб. науч. лит.
45. Джеймс, Барри Дж. Настольная книга по фармацевтическому маркетингу / Барри Дж. Джеймс. – М. : Литтерра, 2005. – 170 с. – (ФармМаркетинг). 615.1 Д-4-4 Аб. науч. лит.
46. Дремова, Н.Б. Медицинское и фармацевтическое товароведение : учебное пособие / Н.Б. Дремова. – Курск : КГМУ, 2005. – 520 с. – (Высшее профессиональное образование). 615.4 Д-735 Аб. науч. лит.

47. Карева, Н.Н. Маркетинговая служба аптечного предприятия : методические рекомендации / Н.Н. Карева. – СПб. : СПХФИ, 1994. – 31 с. 614.2 К-22 Аб. науч. лит.
48. Лозовая, Г.Ф. Риск-менеджмент и прикладной маркетинг фармацевтической организации : учебное пособие / Г.Ф. Лозовая, Е.М. Генералова. – М. : МЦФЭР, 2001. – 280 с. – (Приложение к журналу «Новая аптека» ; 2001. – № 1). 615.1 Л-724 Аб. науч. лит.
49. Фармацевтический маркетинг : учебник / А.Ю. Юданов, Е.А. Вольская, А.А. Ишмухаметов, М.Н. Денисова ; Изд. Организация Московская медицинская академия им. И.М. Сеченова. – М. : Ремедиум, 2007. – 589 с. 615.1 Ф-247 Аб. науч. лит.
50. Фармацевтический маркетинг. Принципы, среда, практика / Микки С. Смит, Е.М. Коласа, Грег Перкинс, Брюс Сикер ; под ред. Ю.А. Крестинского, В.А. Мефодовского. – М. : Литтерра, 2005. – 392 с. 615.1 Ф-247 Аб. науч. лит.

Статьи из журналов, сборников, газет

51. Болл, С.С. Особенности конкуренции в развитии российского рынка лекарственных средств и фармацевтического обслуживания / С.С. Болл // Главврач. – 2008. – № 3. – С. 80–88.
52. Большева, С.Н. Воздействие маркетинговых коммуникаций на врачей и фармацевтических работников / С.Н. Большева, Т.П. Лагуткина ; Российский университет дружбы народов (М.) // Фармация. – 2004. – № 6. – С. 18–22.
53. Вольская, Е. О фармацевтических инновациях / Е. Вольская // Ремедиум. – 2007. – № 12. – С. 6–10.
54. Гуревич, Д. Современная эффективная аптека: опыт, инструменты, тенденции / Д. Гуревич // Фармацевтический вестник : Информационно-аналитическая газета. – 2006. – № 13. – С. 4–5.

55. Гурова, И.Н. Фармацевтический маркетинг: планирование, контроль, аудит процессов / И. Н. Гурова // Экономический вестник фармации. – 2005. – № 8. – С. 8–14.
56. Данилова, В. Маркетинговая оптимизация аптечного ассортимента/ В. Данилова // Фармацевтический вестник: Информационно-аналитическая газета. – 2005. – № 10. – С. 8.
57. Дементьева, С.А. Маркетинговый подход к формированию ассортимента аптек : ориентируемся на спрос / С.А. Дементьева // Фармацевтический вестник : информационно-аналитическая газета. – 2005. – № 18. – С. 28–29.
58. Дорофеева, Н.Д. Маркетинг лекарственной терапии в онкогинекологии / Н.Д. Дорофеева, Е.Е. Лоскутова, М.Ю. Бяхов // Фармация. – 2008. – № 3. – С. 31–34.
59. Дрынов, Г.И. Место врача в системном подходе к рациональной фармакотерапии / Г.И. Дрынов, Н.Ф. Ульянова, Н.А. Тювина // Медицинская помощь. – 2008. – № 3. – С. 3–6.
60. Ивина, Л. Волшебное слово "реинженеринг"/ Л. Ивина, Е.В. Козлов // Фармацевтический вестник : Информационно-аналитическая газета. – 2004. – № 41. – С. 3.
61. Калмыкова, Н.Ю. Концепция маркетинга как один из основных механизмов эффективной деятельности фармацевтического предприятия / Н.Ю. Калмыкова, С.Н. Крук // Вестник фармации : научно-практический ежеквартальный рецензируемый журнал / Витебский государственный медицинский университет. – 2004. – N 2. – С. 3–5.
62. Карусевич, А.А. Интернет как инструмент фармацевтического маркетинга / А.А. Карусевич, А.Н. Дайняк // Вестник фармации. – 2005. – № 3. – С. 92–100.

63. Карусевич, А.А. Интернет как инструмент фармацевтического маркетинга / А.А. Карусевич, А.Н. Дайняк // Вестник фармации. – 2005. – № 4. – С. 87–95.
64. Ковалев, В.А. Роль маркетинговых исследований при обеспечении федеральной программы дополнительного лекарственного обеспечения / В.А. Ковалев // Экономика здравоохранения. – 2008. – № 7. – С. 9–10.
65. Колипова, Юлия Мерчендайзинг в аптеке / Ю. Колипова // Российские аптеки. – 2003. – № 7–8. – С. 59–64.
66. Кугач, В.В. Основы мерчендайзинга в фармации / В.В. Кугач, С.Р. Хаменюк // Вестник фармации. – 2003. – № 1. – С. 39–44.
67. Люлина, С. Основные принципы формирования аптечного ассортимента / С. Люлина // Российские аптеки. – 2008. – № 20. – С. 14–17.
68. Макарова, А. Ассортиментная политика - ключевой инструмент маркетинга фармкомпаний / А. Макарова // Ремедиум. – 2008. – № 5. – С. 34–35.
69. Мефодовский, В. "Маленькая" книга о Большой Фарме / В. Мефодовский // Фармацевтический вестник : информационно-аналитическая газета. – 2004. – № 26. – С. 20.
70. Мефодовский, В. Практика Большой Фармы-2 / В. Мефодовский // Фармацевтический вестник : информационно-аналитическая газета. – 2004. – № 21. – С. 31.
71. Мефодовский, В. Фармацевтический маркетинг: принципы, среда, практика / В. Мефодовский // Фармацевтический вестник : информационно-аналитическая газета. – 2004. – № 23. – С. 19.
72. Мироненкова, Ж.В. Маркетинговые исследования фармацевтических информационных сетей / Ж.В. Мироненкова, О.А. Васнецова // Фармация. – 2004. – № 4. – С. 24–26.

73. Нильва, И.Е. Этика фармацевтического бизнеса как основа саморегулирования аптечного ритейла / И.Е. Нильва // Фармация. – 2008. – № 3. – С. 7–9.
74. Новые технологии фармацевтического маркетинга / Д. Гуревич, Г. В. Иноземцев, Ю. В. Суханов [и др.] // Фармацевтический вестник: Информационно-аналитическая газета. – 2005. – № 9. – С. 4–5.
75. Ольшанская, В.П. Применение принципов маркетинга при построении конкурентноспособного аптечного бизнеса / В.П. Ольшанская, А.Я. Фигурнов // Экономический вестник фармации. – 2005. – № 9/10. – С. 37–40.
76. Патлатенко, А.С. Маркетинговые исследования лекарственного обеспечения больных заболеваниями, передающимися половым путем / А.С. Патлатенко // Фармация. – 2006. – № 6. – С. 26–29.
77. Петрова, С.В. Эффективность маркетинговых технологий на фармацевтическом рынке / С.В. Петрова, Н.Н. Соколова, С.В. Кононова // Ремедиум. – 2006. – № 5. – С. 28–31.
78. Практический маркетинг на фармрынке // Ремедиум. – 2003. – № 11. – С. 23–25.
79. Славич-Приступа, Алексей Аптечные сети : дефицит стратегии развития / А. Славич-Приступа // Ремедиум. – 2004. – № 11. – С. 64–65.
80. Славич-Приступа, А.С. Основные принципы аптечного мерчендайзинга / А.С. Славич-Приступа // Российские аптеки. – 2004. – № 9. – С. 20–23.
81. Смирнова, И. Альтернативные возможности Интернета для маркетинга лекарств / И. Смирнова // Фармацевтический вестник : информационно-аналитическая газета. – 2006. – № 15. – С. 2.
82. Токманцева, И. Директ-маркетинг на фармацевтическом рынке / И. Токманцева, Н.Г. Угаров // Фармацевтический вестник : информационно-аналитическая газета. – 2005. – № 7. – С. 11.
83. Толстикова, И. Методика расчета "порога рентабельности" и "порога торговой наценки" в аптечных организациях / И. Толстикова, С.Г.

- Сбоева // Фармацевтический вестник : информационно-аналитическая газета. – 2004. – № 26. – С. 21.
84. Фураева, Е.С. Трейд-маркетинг, или Еще один путь повышения конкурентоспособности аптечных учреждений / Е.С. Фураева // Фармацевтический вестник : информационно-аналитическая газета. – 2004. – № 22. – С. 24–25.
85. Хаменюк, С.Р. Применение препаратов мерчандайзинга в аптеке / С.Р. Хаменюк, В.В. Кугач, Н.Е. Паисьева // Вестник фармации. – 2003. – N 2. – С. 27–36.
86. Яворский, Д.А. Фармацевтическая торговая марка : проблемы выбора / Д.А. Яворский // Фармация. – 2007. – № 8. – С. 22–24.

Подготовила Коржавина В.Н.
2010 г.