第一图书网, tushu007.com

<<现代医院经营策略>>

图书基本信息

书名：<<现代医院经营策略>>

13位ISBN编号：9787302136545

10位ISBN编号：7302136548

出版时间：2006-9

出版时间：清华大学

作者：朱恒鑫，洪计灵编

页数：364

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

内容概要

医院一对一营销学是近年来国际上新兴的一种医院经营管理理念，本书对此进行了深入浅出的介绍。
主要内容包括医院顾客关系的确定、医疗市场调查、医院顾客与健康需求者忠诚度的保持、医院一对一营销的财务管理与评价、医院品牌、医院内部关系体系、医院项目管理、医院整合营销、医院服务组合体系、医院数据库营销、医院在线营销、医院营销组织结构与员工培训等。
内容紧密切合中国医院的实际情况，对医院经营具有较大的实际指导价值。
本书适合各级各类医院管理者、卫生行政管理人员及相关医务人员阅读，也适合医院管理在职研究生、高级医院管理硕士（EMHA）培训作为教材或辅导教材，特别适合于作为医院职业院长培训、医院经营管理的各种培训课程教材。

作者简介

朱恒鑫，资深医院经营管理与医院营销专家，联合国工发组织（UNIDO）中国投资促进处医疗健康专家委员会医院管理专家，Ameterdam大学讲座教授，北京大学医院管理培训EMHA教授，南方医科大学（原第一军医大学）管理学院客座教授，华中科技大学同济医学院医药卫生管理学院特聘教授，《中国医院院长》杂志副总编，美国DMG国际管理咨询公司中国医疗项目高级顾问，“医院经营管理网”首席专家。
拥有国内临床医学硕士，国外工商管理硕士（MBA）双学位，主要从事医院经营管理、医院营销及医院市场化运作的实践与具体操作工作。
上世纪80年代初曾在国内医院任临床医师、科主任，后留学欧美，获荷兰Maastricht管理学院MBA学位，并一直从事医院经营管理（HodpitalManagement）实际操作与医院营销（HospitalMarketing）教学与案例研究工作。
近年往返于国内外担任Amsterdsm大学、北京大学、清华大学、南方医科大学、武汉大学、华中科技大学同济医学院等全国重点大学医院院长EMHA及医院管理研究生课程班授课任务，并为国内数百家医院提供医院经营培训，医院营销策划、医院科室建设及其他管理咨询活动，目前被多医院聘为医院管理顾问或院长顾问。

<<现代医院经营策略>>

书籍目录

1 导论1.1 相关营销学知识1.2 医院管理、医院经营与医院营销1.3 医院一对一营销的出现1.4 医院一对一营销的经济学原理1.5 医院一对一营销的关键理念1.6 医院一对一营销的特点1.7 通过一对一营销赢得医院竞争优势小结2 医疗市场的确定2.1 医院的决策研究及策略制订2.2 医院竞争对手分析2.3 医院一对一关系的运作要求2.4 医疗市场细分与医院定位2.5 医院对医疗市场的选择小结3 医疗市场调查研究3.1 医疗市场调研概况3.2 二手资料搜集的调研方法3.3 初级资料搜集的调研方法3.4 调研资料分析与陈述报告3.5 竞争对手调研与患者信息反馈3.6 医院员工调研3.7 医院内部基本情况调研3.8 患者满意度调研3.9 医疗市场调研的操作程序小结4 医院顾客忠诚度与医患关系管理4.1 赢得目标健康需求者的方法4.2 医院顾客及健康需求者忠诚度的含义4.3 保持患者及健康需求者忠诚度的重要性4.4 医患关系管理的发展——健康需求者忠诚度管理小结5 医院一对一营销的财务管理与评价5.1 医院一对一营销中的价值分析5.2 医院一对一营销使医院的收益增值5.3 医院一对一营销使医院营运成本降低5.4 把医院一对一营销看成一个投资项目5.5 现代医院经营中的财务管理小结6 医院一对一营销与医院品牌7 医院一对一营销与医院内部的关系体系8 医院一对一营销的组织保证9 医院整合营销传播10 医院一对一营销与数据库11 医院项目管理12 医院在线营销13 医院一对一营销的实施方法14 医院服务组合15 医院营销部门的组建与员工培养16 医院经营模式的发展趋势附录 医院案例分析案例一： 现代医院营销理念给医院带来了什么案例二： 一家中等级别医院迅速发展的奥妙主要参考文献后记

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com