**..маркетинг**

**реклама,**

В НОМЕРЕ:

Главный редактор:

Ромат Е. В

доктор наук гос. управления, профессор Киевского национального торгово-экономического университета (КНТЭУ),

Председатель Союза рекламистов Украины (Киев)

Редакционный совет:

Балакирева **О. Н.,**

канд. социол. наук, директор Украинского института социальных исследований им. А. А. Яременко (Киев);

ДлигачА. А.,

доктор экон. наук,

генеральный директор Advanter Group, профессор Киевского национального университета им. Тараса Шевченко (Киев)

Заруба В. Я.,

доктор экон. наук, профессор Национального технического университета «Харьковский политехнический институт» (НТУ «ХПИ») (Харьков); **Иртлач М. А.,**

маркетинг-директор компании «Медиасаппорт»

(Киев)

Ливанова Э.М.

директор Института демографии и социальных исследований НАН Украины,

академик НАН Украины (Киев);

Мазараки А. Ач

доктор экон. наук, профессор, ректор КНТЭУ, академик Академии педагогических наук Украины (Киев);

Онищенко В. Фи

доктор экон. наук, профессор, профессор Киевского национального торгово-экономического университета (Киев);

Пекар В. А

президент компании «Евроиндекс» (Киев);

Перерва П. Ги

доктор экон. наук, профессор, декан НТУ «ХПИ» (Харьков);

Чурилов Н. Ни

доктор социол. наук, профессор, генеральный директор компании KantarTNS (Киев)

Конференции

В Киеве состоялся іТогит-2019 6

Практик Маркетинг Клуб

Медицинский маркетинг: проблемы становления

и грандиозное будущее (результаты блиц-опроса экспертов) 10

Медицинский маркетинг

Ярослав Иваненко

Медицинский маркетинг: особенности и примеры использования 19

Наталья Тулинова

Маркетинг в здравоохранении имеет свои отличительные

особенности 26

Леонид Калиниченко

Пока маркетологи охватывают преимущественно рекламный сегмент медицинской сферы 28

Медицинский маркетинг/Гость номера

Виктор Труш

30 ошибок в маркетинге, разоряющие медицинский бизнес 30

Медицинский маркетинг

Екатерина Островская

Медицинская реформа способствует развитию
конкурентной среды и создает предпосылки

для внедрения медицинского маркетинга 34

Медицинский маркетинг/Гость номера

Елена Труш

Личный бренд врача: технологии создания и монетизации 38

Система маркетинговой информации

О. В. Зозульов, М. А. Северин

Вибір програмного забезпечення для маркетингової

інформаційної системи підприємства 52

Медицинский маркетинг

Олександра Максимова

Особливості планування комунікацій медичного закладу

в соціальних мережах „у 61

Павел Козлов

Команда продвигающая, столь же важна, как и команда лечащая! 64

Рейтинги

XVI церемония награждения победителей рейтинга народных предпочтений «Фавориты успеха» 66



Ответственный редактор: Татьяна Пирогова

Маркетинг и реклама № 6 (273) Июнь 2019

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 |  |  **Зозульов, О.В.** Вибір програмного забезпечення для маркетингової інформаційної системи підприємства / О. В. Зозульов, М. А. Северин // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 6. – С. 52-60.*Статтю присвячено аналізу ринку програмних продуктів, проблеми їхнього вибору - як та коли обрати програмний продукт.* |
| 2 |  |  **Иваненко, Я.** Медицинский маркетинг: особенности и примеры использования / Я. Иваненко // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 6. – С. 19-25. *В статье раскрываются особенности медицинского бизнеса, виды маркетинга в медицине, этапы формирования маркетинговых стратегий для медицинских услуг, тренды медицнского маркетинга, примеры медицинского маркетинга на Западе.* |
| 3 |  |  **Калиниченко, Л.** Пока маркетологи охватывают приемущественно рекламный сегмент медицинской сферы / Л. Калиниченко // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 6. – С. 28-29.*Медицинский маркетинг - высокорганизованная коммуникация надежного поставщика качественных услуг и товаров с платежеспособной клиентурой сферы здравоохранения.* |
| 4 |  |  **Максимова, О.** Особливості планування комунікацій медичного закладу в соціальних мережах / О. Максимова // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 6. – С. 61-63.*Частная медицина, как аквтиный игрок рынка медицинского маркетинга, функционирует в рамках модели"7Р". Продуктом являются предоставляемые услуги амбулаторной, стационраной или неотложной медицинской помощи, а также манипуляции, направленные на поддержание здоровья и красоты.* |
| 5 |  |  **Островская, Е.** Медицинская реформа способствует развитию конкурентной среды и создает предпосылки для внедрения медицинского маркетинга / Е. Островская // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 6. – С. 34-37. *Частная медицина, как аквтиный игрок рынка медицинского маркетинга, функционирует в рамках модели"7Р". Продуктом являются предоставляемые услуги амбулаторной, стационраной или неотложной медицинской помощи, а также манипуляции, направленные на поддержание здоровья и красоты.* |
| 6 |  |  **Труш, В.** 30 ошибок в маркетинге, разоряющие медицинский бизнес / В. Труш // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 6. – С. 30-33.*Ошибки, совершенные на этапе формирования маркетинговой стратегии, не сиправить даже хорошим тактическим маркетингом.* |
| 7 |  |  **Труш, Е.** Личный бренд врача: технология создания и монетизации / Е. Труш // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 6. – С. 38-51.*Личный бренд врача - зачем он нужен?. как оценить его величину и с чем сравнить?. Зачем создавать и какими способами? Автор статьи разъясняет суть явления и инструменты его создания.* |
| 8 |  |  **Тулинова, Н.** Маркетинг в здравоохранении имеет свои отличительные особенности / Н. Тулинова // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 6. – С. 26-27.*Маркетинг в здравоохранении имеет свои отличительные черты, связанные с мотивоами обращения, формой собственности учреждения, со спецификой потребительского спроса и специализацией медицинских услуг.* |