Борзенко Ксения Витальевна Маркетинговое обеспечение механизма государственно-частного партнерства организаций сферы здравоохранения

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Борзенко Ксения Витальевна

Введение

Глава 1 Теоретические основы взаимосвязи маркетинга некоммерческих организаций и механизма государственно-частного партнерства

1.1 Концептуальные положения маркетинга некоммерческих организаций

1.2 Маркетинг некоммерческих организаций в бизнес-ориентированной экономике: новые вызовы и приоритеты

1.3 Государственно-частное партнерство как механизм повышения качества и продолжительности жизни населения

Глава 2 Развитие маркетинга организаций здравоохранения Ростовской области в системе государственно-частного партнерства

2.1 Детерминанты развития маркетинга некоммерческих организаций сферы здравоохранения в Ростовской области

2.2 Предпосылки и перспективы маркетинга некоммерческих организаций в Ростовской области

2.3 Особенности механизма государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения Ростовской области

Глава 3 Формирование маркетингового обеспечения механизма государственно-частного партнерства организаций здравоохранения в Ростовской области

3.1 Приоритетные направления развития маркетинга некоммерческих организаций здравоохранения на основе государственно-частного партнерства в Ростовской области

3.2 Организационно-экономический механизм развития организаций здравоохранения на основе маркетинга партнерских отношений

3.3 Механизма развития маркетинга организаций здравоохранения в целях повышения качества медицинских услуг населения

Заключение

Список использованных источников