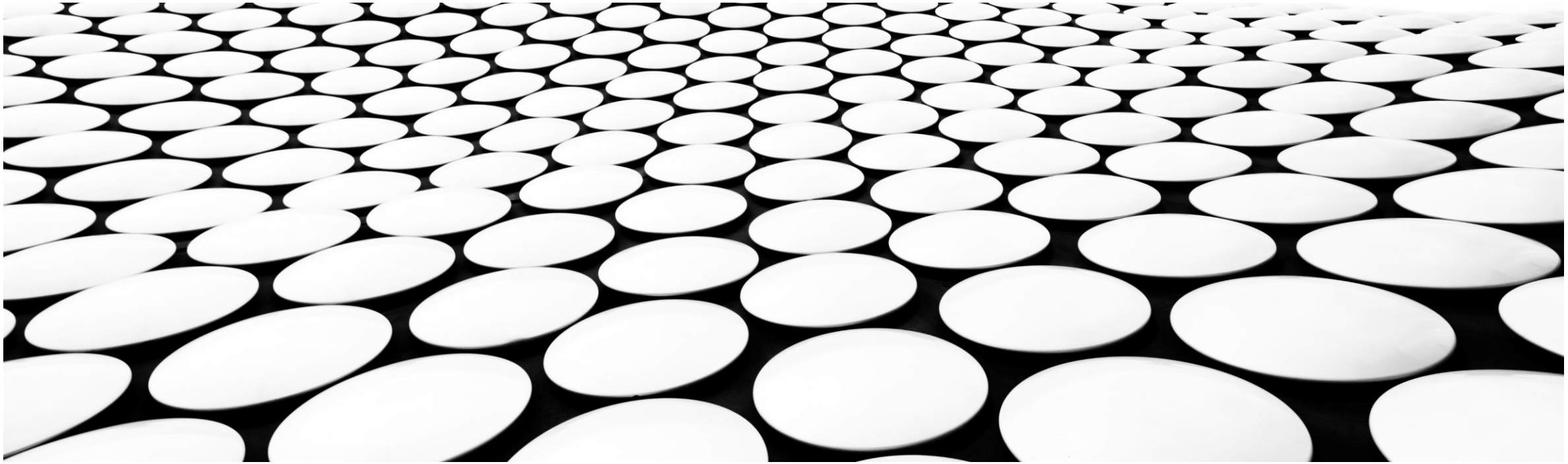
MARKETING VE ZDRAVOTNICTVÍ
01 - ÚVOD DO STUDIA

ING. ŠTĚPÁN CHALUPA, PH.D. – 19. 10. 2026



ÚVOD DO STUDIA

Obsah kurzu

1. Struktura témat přednášek (sylabus) a jejich obsahová náplň
2. Obsahová náplň seminářů/cvičení
3. Zakončení předmětu
4. Kontakt s vyučujícím
5. Doporučení literatura a další studijní materiály

STRUKTURA TÉMAT PŘEDNÁŠEK A JEJICH OBSAHOVÁ NÁPLŇ

1. Úvod do marketingu ve zdravotnictví – vymezení problematiky a specifik.
2. Pacient jako zákazník – chování zákazníků a dalších stakeholderů.
3. Segmentace trhu zdravotních služeb.
4. Marketingové pojetí produktu a jeho specifik ve zdravotnictví.
5. Komunikační strategie a její specifika ve zdravotnictví.
6. Brand Management a budování důvěry.
7. Digitální marketing a sociální sítě.
8. Specifika ceny ve zdravotnictví.
9. Distribuční strategie jako cesta k dlouhodobým vztahům.
10. Vazba marketingových strategií a plánů.
11. Měření výkonnosti marketingových strategií.
12. Právní a etické aspekty marketingu ve zdravotnictví.
13. Případové studie a příklad dobré praxe.

ZAKONČENÍ PŘEDMĚTU

- Zápočet – aktivní účast na setkáních KS a odevzdání semestrální práce.
- Zkouška – ústní zkouška reflektující jednotlivá témata sylabu předmětu.

KONTAKT S VYUČUJÍCÍM

- Konzultační hodiny – možné online i offline.
  - Dle potřeby studentů na základě předchozí domluvy.
  - Místnost
- Případně individuálně dle potřeby studentů.

DOPORUČENÁ LITERATURA A STUDIJNÍ MATERIÁLY

- Studijní opora „Marketing ve zdravotnictví“.
- Interaktivní studijní osnova v IS.
- Prezentace a další podpůrné studijní materiály v IS.
- Pro jednotlivá témata (například Strategický marketing) budou uváděny dílčí publikace a další studijní materiály přímo během probírání konkrétního tématu.

MARKETING VE ZDRAVOTNICTVÍ – ÚVOD DO STUDIA

ING. ŠTĚPÁN CHALUPA, PH.D.

6.11.2026