

Spis treści

Część pierwsza Otoczenie organizacji opieki zdrowotnej

Rozdział 1. Zadania menedżera	9
Marcin Kautsch, Malcolm Whitfield	
Rozdział 2. Zdrowie i opieka zdrowotna – zagadnienia uniwersalne i przypadki szczególne	24
Marcin Kautsch, Malcolm Whitfield	
Rozdział 3. Rola regulacji prawnych w procesie zarządzania zakładami opieki zdrowotnej	51
Stefan Poździoch, Marcin Kautsch	
Rozdział 4. Zarys kontraktowania usług zdrowotnych	70
Waldemar Styło, Malcolm Whitfield	

Część druga Wyznaczanie kierunku

Rozdział 5. Cele organizacji opieki zdrowotnej	87
Marcin Kautsch, Jacek Żak	
Studium przypadku. Samotny jeździec	102
Marcin Kautsch	
Rozdział 6. Zarządzanie strategiczne	106
Jacek Klich	
Studium przypadku. Strategia szpitala	143
Marcin Kautsch	
Rozdział 7. Marketing usług zdrowotnych	145
Barbara Bulanowska, Marcin Kautsch	
Studium przypadku. Sprzedaż usług zdrowotnych	190
Marcin Kautsch	
Rozdział 8. Planowanie przedsięwzięć (business planning)	192
Malcolm Whitfield, Marcin Kautsch	



Część trzecia
Zarządzanie zasobami

Rozdział 9. Podstawy zarządzania finansami	211
Waldemar Styło, Malcolm Whitfield	
Studium przypadku. Budżetować czy nie budżetować?	245
Marcin Kautsch, Waldemar Styło	
Rozdział 10. Zarządzanie zasobami ludzkimi	248
Malcolm Whitfield, Rafał Deja	
Studium przypadku. To była miłość od pierwszego wejrzenia	276
Marcin Kautsch	
Rozdział 11. Zarządzanie urządzeniami i aparaturą medyczną	282
Witold Ponikło	
Rozdział 12. Zarządzanie nieruchomościami i infrastrukturą techniczną..	295
Witold Ponikło	
Studium przypadku. Czy kupować tomograf?	305
Witold Ponikło	

Część czwarta
W kierunku doskonałości

Rozdział 13. Zarządzanie jakością	311
Malcolm Whitfield, Jarosław Surowiec, Marcin Kautsch	
Studium przypadku. Problemy z dostępnością	350
Jarosław Surowiec, Marcin Kautsch	
Rozdział 14. W kierunku poprawy efektywności	352
Marcin Kautsch, Witold Ponikło	
Studium przypadku. Się zdąży	382
Marcin Kautsch	

Część piąta
Załączniki

Załącznik 1. Przykładowy plan przedsięwzięć (biznesplan)	391
Marcin Kautsch, Malcolm Whitfield, Maja Nuckowska	
Załącznik 2. Kontrola marketingowa: melodia przyszłości	407
Barbara Bulanowska, Marcin Kautsch	
Załącznik 3. Narzędzia poprawy jakości	412
Jarosław Surowiec	

