

САДРЖАЈ:

1. УВОД	2
2.1. Циљ рада.....	3
2.2. Хипотезе.....	3
2.3. Приступ изради рада и методе рада.....	3
3. ОРГАНИЗАЦИЈА И НИВОИ ЗДРАВСТВЕНЕ ЗАШТИТЕ	4
3.1. Нивои здравствене заштите.....	4
4. ПОЈАМ ФУНКЦИОНИСАЊА И НАЧЕЛА ЗДРАВСТВЕНЕ ЗАШТИТЕ	8
4.1. Карактеристике неких здравствених установа у Републици Српској.....	9
4.2. Начела здравствене заштите.....	12
5. ДЕФИНИЦИЈА И РАЗВОЈ МАРКЕТИНГА	13
5.1. Маркетиншке концепције.....	14
6. ТЕМЕЉНЕ ФУНКЦИЈЕ МАРКЕТИНГА	17
7. МАРКЕТИНГ У НЕПРОФИТНОМ СЕКТОРУ	19
7.1. Специфичности непрофитног сектора.....	19
7.1.1. <i>Темељне поставке непрофитног сектора</i>	19
7.1.2. <i>Дефиниција и класификација непрофитних организација</i>	20
8. СПЕЦИФИЧНОСТИ МАРКЕТИНГА У НЕПРОФИТНОМ СЕКТОРУ	22
8.1. Маркетинг у непрофитном сектору.....	22
8.2. Поређење пословног и непрофитног (друштвеног) маркетинга.....	23
9. ДРУШТВЕНИ МАРКЕТИНГ	26
9.1. Темељне поставке друштвеног маркетинга.....	26
9.2. Процеси и инструменти друштвеног маркетинга.....	27
10. ДРУШТВЕНИ МАРКЕТИНГ У ЈАВНОМ СЕКТОРУ	29
10.1. Развој и улога маркетинга у јавном сектору.....	29
10.2. Улога маркетинга у побољшању јавних установа.....	30
10.3. Основна маркетиншка начела јавног сектора.....	31
11. ПРИМЈЕНА САВРЕМЕНОГ МАРКЕТИНГА У ЗДРАВСТВУ	40
12. ЗАКЉУЧАК	42
13. ЛИТЕРАТУРА	45