

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	A-1
Der inhaltliche Aufbau des Studienbriefes	A-2
Der didaktische Aufbau des Studienbriefes	A-3
1 Grundlagen der marktorientierten Unternehmensführung.....	A-4
1.1 Begriff und Anspruch der marktorientierten Unternehmensführung	A-4
1.2 Ziele und Aufgaben der marktorientierten Unternehmensführung	A-5
2 Besonderheiten der marktorientierten Führung von Pflegeeinrichtungen	A-10
2.1 Die Pflegeleistung als Dienstleistung.....	A-10
2.2 Marktorientierte Führung unter ethischen Gesichtspunkten	A-11
2.3 Rechtliche Rahmenbedingungen.....	A-12
3 Verhaltens- und Informationsgrundlagen des Marketings	A-13
3.1 Methoden der Marketingforschung	A-13
3.2 Grundlagen der Marktsegmentierung	A-15
4 Strategisches Marketing von Pflege- und Gesundheits-einrichtungen.....	A-20
4.1 Strategische Positionierungsziele	A-20
4.2 Strategische Analyse- und Planungskonzepte	A-21
4.3 Festlegung von Strategien	A-25
4.3.1 Marktwahlstrategien	A-25
4.3.2 Marktteilnehmerstrategien	A-29
4.4 Markenführung und -strategien.....	A-32
5 Operatives Marketing von Pflege- und Gesundheits-einrichtungen.....	A-36
5.1 Leistungspolitische Entscheidungen.....	A-36
5.2 Kommunikationspolitische Entscheidungen.....	A-38
5.3 Kontrahierungspolitische Entscheidungen.....	A-42

5.4	Distributionspolitische Entscheidungen	A-44
5.5	Personalpolitische Entscheidungen	A-46
5.6	Ausstattungspolitische Entscheidungen	A-48
5.7	Prozesspolitische Entscheidungen	A-49
6	Marketingimplementierung und -controlling	A-51
6.1	Durch- und Umsetzung von Marketingstrategien.....	A-51
6.2	Instrumente des Marketingcontrollings	A-53
7	Zusammenfassung	A-56
8	Lernaufgaben	A-58
8.1	Aufgaben zur Lernkontrolle.....	A-58
8.2	Lernaufgaben mit Bezug zur Praxis.....	A-59
9	Literatur	A-60
9.1	Literatur zur Vertiefung	A-60
9.2	Verzeichnis der zitierten Literatur	A-60