

PROGRAM

Konferencji Marketingu Usług Medycznych **„KRAKMEDICA” 2005**

Organizatorzy: Image Line Communication
Małopolska Okręgowa Izba Lekarska

patronat medialny

Medycyna Praktyczna
Radio Kraków
e-medyk

Służba Zdrowia, Zdrowie i Zarządzanie,
portale: esculap.pl, e-biznes.pl,

25. 11 .2005 (piątek)

9.30 – 11.00	REJESTRACJA UCZESTNIKÓW
11.00	UROCZYSTE ROZPOCZĘCIE KONFERENCJI –
11.10 – 11.20	Pacjent, czyli podmiot wszystkich działań – „Moje doświadczenia w przychodni, szpitalu”, Głosy pacjentów
12.10 – 12.40	„Wolny rynek w ochronie zdrowia?
12.40 – 13.10	„Etyka w marketingu medycznym”
13.10 – 13.40	Czy szpital może korzystać z takich samych narzędzi promocji jak hotel czy bank? Trudności w znalezieniu narzędzi.
13.40 – 14.45	PRZERWA OBIADOWA
14.45 – 15.15	„Prawne uwarunkowania promocji usług medycznych”
15.15 – 17.15	

PREZENTACJE:

- 1) E-marketing, skuteczne narzędzie marketingowe w promocji usług medycznych
- 2) Media Relations: wykorzystać media dla siebie
- 3) Promocja w obrębie środowiska medycznego

17.15	Podsumowanie dnia
18.00	Kolacja z atrakcjami

26.11. 2005 (sobota)

9.30 - 10.30	American Dream w placówce medycznej- gość z USA
10.30 -11.00	Akcje społeczne okazją do promocji placówki medycznej
11.00 - 11.15	PRZERWA
11.15 - 12.15	Jak to robią inni: Strategie marketingowe niemieckich placówek medycznych – gość z Niemiec

12.15 – 12.45	Współpraca w zakresie promocji placówki medycznej i towarzystwa ubezpieczeniowego.
12.45 – 13.15	Programy prozdrowotne firm farmaceutycznych – narzędziem promocyjnym przychodni, szpitala.
13.15 – 14.30	PRZERWA OBIADOWA
14.30 – 16.30	Zdrowie na medal- przykłady polskich placówek medycznych i ich marketingowe sukcesy
16.30 – 16.45	oficjalne podsumowanie i zamknięcie konferencji