

Obsah

ETIKA VE ZDRAVOTNICTVÍ	8
1 HISTORICKÉ DETERMINACE CHOVÁNÍ LIDÍ	9
1.1 Antika	10
1.2 Judaismus	10
1.3 Křesťanství	13
1.4 Další významné filozofie, víry nebo ideje mající rovněž etický obsah	16
1.5 Islám	16
1.6 Buddhismus	17
1.7 Konfucianismus	19
1.8 Taoismus	20
2 ETIKA VE ZDRAVOTNICTVÍ	20
3 ETICKÉ KODEXY VE ZDRAVOTNICTVÍ	22
4 ETICKÝ KODEX SESTER VYPRACOVANÝ MEZINÁRODNÍ RADOU SESTER	23
4.1 Předmluva	23
4.2 Úvod	24
4.3 Kodex ICN (Mezinárodní rada sester)	24
4.4 Články Kodexu	24
5 BIOETIKA	25
5.1 Eutanázie	25
5.2 Kmenové buňky	26
6 ZÁVĚR	27
MARKETING VE ZDRAVOTNICTVÍ	28
1 ÚVOD DO MARKETINGU	28
1.1 Poptávka a nabídka ve zdravotnictví	28
2 FUNKCE STÁTU V TRŽNÍM MECHANISMU	31
3 PRÁVNÍ FORMY VÝKONU POVOLÁNÍ ZDRAVOTNÍKA	32
3.1 Zaměstnanci	33
3.2 Samostatní privátní zdravotníci (FO, OSVČ)	33
3.3 Zdravotníci vykonávající svou činnost v kolektivní formě	33
3.4 Sdružení (sdružení praxí)	34
3.5 Akciová společnost	34
3.6 Příspěvkové organizace	34
4 MARKETING VE ZDRAVOTNICTVÍ – CHARAKTERISTIKA	35
4.1 Co je marketing	35
4.2 Marketingová koncepce	36
5 VNĚJŠÍ A VNITŘNÍ PROSTŘEDÍ PRO REALIZACI MARKETINGU	36
5.1 Koncepční fáze	37
5.2 Analytická fáze	37
5.3 Realizační fáze	37
5.4 Kontrola a zpětná vazba	37
5.5 Vnější a vnitřní prostředí pro realizaci marketingu	38



6	METODY VYUŽÍVANÉ PRO PRŮZKUM	38
6.1	SWOT analýza.....	39
6.2	PEST analýza	40
7	MARKETINGOVÁ FILOZOFIE	40
7.1	Marketingové filozofie uplatňované ve zdravotnictví.....	41
8	FÁZE REALIZACE – MARKETINGOVÝ MIX	43
8.1	4P.....	43
8.2	5P.....	43
8.3	8P.....	43
9	MARKETINGOVÝ MIX – PRODUKT (1).....	44
10	MARKETINGOVÝ MIX – PRODUKT (2).....	46
11	MARKETINGOVÝ MIX – DALŠÍ P – PRICE AND PLACE.....	48
11.1	P2 – Price (cena)	48
11.2	P3 – Placement (umístění, distribuce).....	48
12	MARKETINGOVÝ MIX – DALŠÍ P – PROMOTION	50
12.1	P4 – Promotion (komunikace a další podpora realizace služeb či výrobků).....	50
13	MARKETINGOVÝ MIX – REKLAMA	51
13.1	Reklama.....	51
14	MARKETINGOVÝ MIX – POČÍTAČOVÁ PROPAGACE	52
14.1	Public relations, PR	53
14.2	People (vztahy k lidem).....	54
15	MARKETINGOVÝ MIX – C-MIX (ČILI 4C)	54
16	PLÁNOVÁNÍ MARKETINGU	57
16.1	Smysl plánování v obecném pojetí	57
16.2	Proces marketingového plánování	57
16.3	Metody marketingového plánování	58
17	PLÁNOVÁNÍ MARKETINGU	59
17.1	Zavádění marketingu	59
17.2	Kontrola účinnosti marketingu	59
18	ZÁVĚR	60
	PÉČE O ZDRAVÍ LIDÍ V ČESKÉ REPUBLICCE	62
1	ZÁKLADNÍ POJMY Z OBLASTI PÉČE O ZDRAVÍ LIDÍ.....	62
2	SPOLEČENSKÝ SYSTÉM A JEHO FUNGOVÁNÍ	62
2.1	Péče o zdraví, zdravotnictví	65
3	SOUSTAVA INFORMACÍ O ZDRAVOTNÍM STAVU OBYVATELSTVA	65
3.1	Statistika péče o zdraví (ukazatele výskytu nemocí v populaci)	66
4	PRÁVNÍ ASPEKTY PÉČE O ZDRAVÍ.....	68
4.1	Některé praktické příklady uplatnění práva v oblasti zdravotní politiky	69
5	EKONOMICKÉ ASPEKTY ZDRAVOTNÍ POLITIKY.....	72
5.1	Financování zdravotnických služeb	72
6	MEZINÁRODNÍ SOUVISLOSTI ZDRAVOTNÍ POLITIKY	73
	ÚVOD DO ZDRAVOTNÍ POLITIKY.....	76
1	POLITIKA	76
2	ZDRAVOTNÍ POLITIKA.....	76

3 SPECIFICKÉ RYSY ZDRAVOTNICKÝCH SYSTÉMŮ.....	77
4 KDO TVOŘÍ ZDRAVOTNÍ POLITIKU	79
5 KDE SE POLITIKA TVOŘÍ	80
6 NÁSTROJE ZDRAVOTNÍ POLITIKY	80
6.1 Právní rámec, zdravotnická legislativa	80
6.2 Financování, principy zdravotního pojištění.....	80
6.3 Organizační uspořádání zdravotnických služeb (lidské zdroje, kompetence, návaznost)	81
7 PLÁNOVÁNÍ	81
8 REALIZACE ZDRAVOTNÍ POLITIKY	81
8.1 Přístup shora-dolů (top-down approach)	81
8.2 Přístup zezdola-nahoru (bottom-up approach)	82
9 CÍL A HLAVNÍ OTÁZKY ZDRAVOTNÍ POLITIKY	82
10 ZDRAVOTNICKÉ INDIKÁTORY	83
10.1 Zdravotní stav populace.....	83
11 POSKYTOVÁNÍ ZDRAVOTNÍ PÉČE.....	88
12 HRUBÝ DOMÁCÍ PRODUKT	90
13 DEMOGRAFICKÁ SITUACE	99
14 HODNOCENÍ ZDRAVOTNÍ POLITIKY	105
15 ZÁVĚR	106
ÚVĚROVÁNÍ ZDRAVOTNICKÝCH ZAŘÍZENÍ	110
1 ÚVOD.....	110
1.1 Pojmy	110
1.2 Výhody použití cizího kapitálu	110
2 DRUHY FINANČNÍCH PRODUKTŮ	111
2.1 Základní členění úvěrových produktů podle charakteru úvěru	111
2.2 Členění úvěrových produktů podle zajištění	111
2.3 Členění úvěrových produktů podle účelovosti	112
2.4 Hodnocení kvality podnikatelského subjektu	112
3 FINANCOVÁNÍ MENŠÍCH ZDRAVOTNICKÝCH ZAŘÍZENÍ.....	113
3.1 Druhy úvěrů pro menší zdravotnické organizace	113
3.2 Nejvýznamnější možnosti zajištění úvěrů menších zdravotnických zařízení	113
4 ZAJIŠTĚNÍ FINANCOVÁNÍ STŘEDNĚ VELKÝCH A VELKÝCH ZDRAVOTNICKÝCH ZAŘÍZENÍ....	114
4.1 Druhy úvěrů pro střední a velké zdravotnické organizace	114
4.2 Některé další úvěrové produkty pro středně velké a korporátní organizace	114
5 ÚROKOVÉ SAZBY A POPLATKY.....	115
5.1 Úrokové sazby	115
5.2 Poplatky	115
6 OSTATNÍ MOŽNOSTÍ ÚVĚROVÁNÍ ZDRAVOTNICKÝCH ZAŘÍZENÍ.....	116
PRÁVO VE ZDRAVOTNICTVÍ	117
1 ZÁKLADNÍ PRAMENY MEDICÍNSKÉHO PRÁVA	117
1.1 Úmluva o lidských právech a biomedicíně	117
1.2 Listina základních práv a svobod	117



1.3	Občanský zákoník	118
1.4	Zákon č. 372/2011 Sb., o zdravotních službách a podmínkách jejich poskytování	118
1.5	Zákon č. 373/2011 Sb., o specifických zdravotních službách	119
1.6	Zákon č. 374/2011 Sb., o zdravotnické záchranné službě	119
1.7	Zákony o získávání způsobilosti	119
1.8	Další zákony	120
2	SUBJEKTY ZDRAVOTNICKÉHO PRÁVA	120
2.1	Členění poskytovatelů zdravotních služeb	120
2.2	Právnícké osoby	121
2.3	Fyzické osoby	122
3	OBORY ZDRAVOTNÍ PÉČE – ZDRAVOTNICKÁ POVOLÁNÍ.....	123
3.1	Zdravotní péče lékařských oborů (lékařská povolání)	123
3.2	Nelékařské obory (nelékařská povolání)	123
4	VÝKON POVOLÁNÍ ZDRAVOTNICKÉHO PRACOVNÍKA.....	123
4.1	Výkon povolání zdravot. pracovníka na základě oprávnění k poskytování zdravot. služeb	123
4.2	Výkon povolání zdravotnického pracovníka na základě pracovněprávního poměru	124
5	PRÁVA A POVINNOSTI POSKYTOVATELŮ ZDRAVOTNICKÝCH SLUŽEB.....	131
5.1	Povinnosti poskytovatele	131
5.2	Práva poskytovatele	134
6	PRÁVA A POVINNOSTI PACIENTA	135
6.1	Základní práva pacienta	135
6.2	Základní povinnosti pacienta	138