

<b>Zoznam obrázkov</b>	7
<b>Zoznam tabuliek</b>	7
<b>Predhovor</b>	9
<b>1 Lieky a ich potenciál na trhu</b>	<b>11</b>
1.1 Liekový reťazec	11
1.2 Liek a trh	14
<b>2 Hospodárska politika</b>	<b>21</b>
2.1 Globalizácia a jej prejavy v ekonomike	22
2.2 Medzinárodná ekonomická integrácia	26
2.3 Ekonomické východiská	32
2.4 Trh, trhová ekonomika	37
2.5 Trh zdravotníckych služieb	48
<b>3 Manažment a jeho možnosti</b>	<b>55</b>
3.1 Základné črty manažmentu	56
3.2 Manažment a manažéri	58
3.3 Manažérske funkcie	60
3.4 Pragmatizmus v manažmente	71
3.5 Manažment a zdravotníctvo	75
3.6 Manažment kvality zdravotníckej starostlivosti	80
<b>4 Marketing a lieky</b>	<b>85</b>
4.1 Marketingová komunikácia	89
4.2 Reklama	90
4.3 Distribúcia, cena a propagácia	92
4.4 Marketing a jeho postavenie v oblasti liekov	94
<b>5 REKLAMA A LIEKY</b>	<b>107</b>
5.1 Funkcie reklamy	108
5.2 Druhy reklamy	109
5.3 Psychológia v reklame	110
5.4 Public relations	113
5.5 Stratégia reklamnej kampane	117
5.6 Reklamné prostriedky	119
5.7 Európska únia a reklama	126
5.8 Zákonná úprava reklamy na lieky	128
5.9 Osobitosti propagácie a reklamy v prostredí liekov	139
5.10 Samoregulácia reklamy	143
<b>6 Literatúra</b>	<b>149</b>
<b>7 Kontrolné otázky</b>	<b>151</b>