

INDICE

CAPITOLO 1 MARKETING SANITARIO	7
Nascita ed evoluzione del marketing	11
Marketing umanistico (marketing 4.0)	20
Marketing in sanità	31
Spesa sanitaria e Servizio sanitario nazionale	35
Regolamentazione della comunicazione sanitaria e scientifica	45
Strategie di marketing sanitario umanistico 4.0	50
Piano strategico di marketing sanitario	54
Swot analisi in sanità	60
Conclusioni	64
 CAPITOLO 2 BUSINESS PLAN	 69
Mercato di riferimento	70
Studio medico: autorizzazioni	86
Struttura societaria: le società commerciali	94
Srl, società a responsabilità limitata	96
Costituzione e conferimenti	96
Finanziamenti	98
Amministrazione della Srl	99
Scioglimento della società	100
Tassazione della Srl	101
Società tra professionisti	104
Tassazione Iva sulle procedure mediche a finalità estetica	108
Offerta di prestazioni di medicina e chirurgia estetica	114
Costi e ricavi delle prestazioni di medicina e chirurgia estetica	115
Costi e ricavi dell'affitto della sala operatoria a soggetti terzi	121
Ricavi della gestione efficiente del business dell'organizzazione sanitaria	123
Analisi economica complessiva del business dell'organizzazione sanitaria	127
Valutazioni finali	129
 CAPITOLO 3 WEB MARKETING	 133
Sito web	133
Principali canali di acquisizione	143
Parole indicizzate su Google	153