

## **Errata**

W rozdziale: M. Koszembar-Wiklik, *Marketing partnerski placówki zdrowotnej – tworzenie relacji z klientami a wewnętrzne public relations* (s. 143-163) w wyniku błędu składu usunięte zostały przypisy

s. 146, wers 19 od góry – brak przypisu: na podst.. Waškowski Z., Zastosowanie marketingu partnerskiego w budowaniu trwałych więzi z klientami, „Marketing i Rynek”, 2002, nr 2, s.6-7

s. 146, wers 8 od góry - brak przypisu: Furtak R., Marketing partnerski na rynku usług, PWE, Warszawa 2003 s. 32

s. 147, wers 9 od góry – brak przypisu: Davis A., Public relations, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2007, s.47

s. 147, wers 6 od dołu – brak przypisu: Knecht Z.: Public relations na tle problemów zarządzania., „Edukacja”, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania, Wrocław 2001, s.6

s. 147, wers 3 od dołu – brak przypisu: Mruk H., Marketing gabinetów lekarskich na rynku usług zdrowotnych, Wolter Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2009, s.85

s. 148, wers 6 od góry – brak przypisu: Nowotarska-Romaniak B., Marketing usług zdrowotnych, Kantor Wydawniczy Zakamycze, Zakamycze 2002, s.20

s. 149, wers 3 od góry - brak przypisu: Penc J., Przedsiębiorstwo w burzliwym otoczeniu. Procesy adaptacji i współpracy, Oficyna Wydawnicza Ośrodka Postępu Organizacyjnego, część 2, Bydgoszcz 2002, s.417

s. 149, wers 11 od góry – brak przypisu: Wojcik K., Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem, Placet, Warszawa 2005, s.42

s. 149, wers 13 od dołu – brak przypisu: Mruk H., Marketing gabinetów lekarskich na rynku usług zdrowotnych, Wolter Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2009, s. 90.

s. 150, wers 9 od góry – brak przypisu: Hołub J., Kierunki rozwoju marketingu na rynku usług medycznych, „Przegląd Organizacji”, nr 6/2001, s.36

s. 150, wers 8 od dołu – brak przypisu: Kotler P., Armstrong G., Saunders J., Wong V., Marketing podręcznik europejski, PWE, Warszawa 2002, s. 531.

s. 151, wers 12 od góry – brak przypisu: Sargeant A., Marketing w organizacjach non profit, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004, s.329

s. 151, wers 15 od dołu – brak przypisu: Bukowska-Piestrzyńska A., Marketing usług zdrowotnych, od budowania wizerunku placówki do zadowolenia klienta, CeDeWu.Pl, Warszawa 2007, s.170

s. 151, wers 8 od dołu – brak przypisu: Gazeta Wyborcza, Skąd się bierze agresja u pacjentów, 30 kwietnia – 3 maja 2010, s.14

s. 151, wers 1 od dołu- brak przypisu: Mazurek-Łopacińska K., Zachowanie nabywców i ich konsekwencje marketingowe, PWN, Warszawa 2003, s. 291.