

DOI: 10.18522/1997-2377-2023-133-6-61-63

UDC: 330

**Marketing activities of private medical institutions in the Republic of North Ossetia-Alania (using
the example of Mega LLC, NGC-Vladikavkaz)**

S. Abaeva, D. Kokaeva

The article examines the role and place of marketing in the activities of private medical institutions in North Ossetia-Alania (using the example of Mega LLC, NGC-Vladikavkaz). The leader in the IVF (in vitro fertilization) services market was identified, and recommendations were developed to improve the marketing activities of this private clinic.

Keywords: marketing activities, medical services, competitiveness, clinic, improvement methods, marketing strategies

References

1. Гуриева Л.К., Джигоев А.В. Лечебно-оздоровительный туризм как фактор демографического развития России // Олимпийское наследие и крупномасштабные мероприятия: влияние на экономику, экологию и социокультурную сферу принимающих дестинаций. Материалы XIII Международной научно-практической конференции. Сочи, 2023. С. 141–147.
2. Гуриева Л.К., Ханикоев М.А., Туаева Л.Э. Стратегические контуры деятельности корпораций // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2019. № 6 (109). С. 105–107.
3. Поляков А. Продвижение медицинских клиник и центров: актуальные рекомендации. Artvision. – URL: <https://artvision.pro/medicinskii-marketing>
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник для бакалавров / Под ред. А.Л. Абаева, В.А. Алексунина, М.Т. Гуриевой. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. 443 с.

**Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л.
Хетагурова, г. Владикавказ, Россия**

October, 13 2023
