

▪ Kdo může oslovit tuto přesně specifikovanou cílovou skupinu.....	1
▪ Jakým způsobem se lze v publikaci prezentovat.....	1
▪ Základní informace o publikaci IT pro zdravotnictví .....	2
▪ Jak vytvořit případovou studii nebo popis řešení .....	2
▪ Informace o nositelském periodiku.....	2
▪ Podrobný obsah přílohy (možné návody k vlastní prezentaci).....	3
▪ Ceník – případové studie a inzertní formáty .....	4
▪ Inzertní podklady .....	4
▪ Kontakty .....	4

Příloha *IT pro zdravotnictví* obsahově přiblíží po technické stránce laické, ale přitom mimořádně vzdělané veřejnosti možnosti, které jí dnes přinášejí informační a komunikační technologie. Názorně vysvětlí, jak může poslední výtobytky techniky využít k zefektivnění chodu své vlastní profesní činnosti.

Cílem publikace je přinést ucelenou informaci o současných praktických možnostech ICT trhu a praktickém využití komunikačních a informačních technologií v oboru zdravotnictví a farmacie.

## ➔ **Kdo může oslovit tuto přesně specifikovanou cílovou skupinu**

Nejsilnější dopad této publikace získají především:

- **výrobci produktů ICT** – popis produktů a řešení postavených na produktech této firmy
- **firmy poskytující řešení** – popis konkrétních řešení v převážné míře zaměřených na oblast lékařských a farmaceutických praxí (tzn. ordinací a lékáren vč. domácího zázemí)
- **školicí firmy** – informace o nabízených produktech, nabídka školení kancelářských produktů potřebných k zabezpečení denního chodu lékařské ordinace, nabídka obsahující její uživatelský rozvoj
- **implementátoři** – nabídka firem zabývajících se dodávkami systémů a specializovaných systémů zaměřených na oblast lékařské a farmaceutické praxe
- **ostatní** – řešení a služby související s během lékařské a farmaceutické praxe

## ➔ **Jakým způsobem se lze v publikaci prezentovat**

- formou **případových studií** či popisu konkrétních řešení – umístění v textové části publikace
- prostřednictvím **speciálních zvýhodněných formátů** pro prezentaci firem a konkrétních produktů
- formou klasické **inzerce**

## ➤ Základní informace o publikaci IT pro zdravotnictví

### Rozměr publikace:

- A4 (210 x 297 mm)

### Provedení:

- obálka 200 g křída matná
- vnitřek 115 g křída matná

### Náklad

- 25 000 ks

### Distribuce:

- společně s nejčtenějšími periodiky věnujícími se zdravotnictví v ČR

### Termín vydání:

- září 2010

### Obsah:

- mobilní zdravotnictví
- ukládání, archivace a záchrana dat
- bezpečnost moderní ordinace
- webové prezentace
- oborové speciální aplikace a řešení

## ➤ Jak vytvořit případovou studii nebo popis řešení

V ceně uveřejnění je i případné redakční zpracování případové studie, které bude vycházet z informací, jež redakci předá zadavatel. Případové studie redakce zpracuje z jakéhokoli podkladu – např. i z reklamního letáku. Podklady může redakce získat i v průběhu případné návštěvy místa, kde se řešení implementovalo.

### Obsah případové studie:

- popis produktu/řešení
- sumarizace řešení
- grafy a schémata
- vyjádření aktérů

## ➤ Informace o nositelském periodiku

Tituly určené lékařům a ostatním odborným profesím ve zdravotnictví a farmácii, k jejichž čtenářům patří také zaměstnanci státní správy, pojišťoven a dalších organizací souvisejících se zdravotnictvím.



Pozice Market Place



Vizitka v adresáři



1/2 strana na šířku



1/1 celostrana

## ➔ **Podrobný obsah přílohy (možné návody k vlastní prezentaci)**

### **Moderní praxe**

- základní vybavení – hardware, software, stolní počítače, notebooky, tiskárny, multifunkční zařízení, skartovače, kamerové systémy, skenery, kancelářský software apod.
- LAN – základní schémata, prvky, přínosy, bezdrátové sítě v praxi, používání dvou počítačů – stolní a notebook, synchronizace dat
- komunikace – e-mail, způsoby připojení k internetu
- virtualizace – jak využít externě dodavatelsky nabízené služby, například diskového prostoru nebo služeb jako je zálohování a údržba dat
- ekonomika provozu – provozní náklady pod kontrolou – tisk, skladování dat, zálohování, například i formou zadání externím firmám
- další vybavení kanceláře – účelový nábytek, stoly, židle, pořadače

### **Mobilita**

- telefonní ústředny – analogové, digitální, VoIP, IEEE 802.11n a na to navazující telefonní služby
- notebooky, PDA, mobilní telefony, smartphony
- vzdálený přístup

### **Ukládání, archivace, dolování a záchrana dat**

- skladování dat ve formě ukládání na externí disk
- storage
- virtuální skladování dat
- dolování dat
- záchrana dat a disků

### **Bezpečnost – alfa a omega moderní ordinace**

- bezpečnost dat i objektu
- zálohování

### **Jak získávat informace**

- školení a školicí firmy

### **Webové prezentace**

- vytváření webových stránek lékařské praxe

### **Oborové speciální aplikace a řešení**

- aplikace potřebné k chodu vyšetřovací techniky, např. ultrazvukové řešení, RFID apod.

➔ **Ceník – případové studie a inzertní formáty**

Případové studie nebo popis řešení systému	Rozsah	Cena
Standardní rozsah – 1 strana	do 6 000 znaků	35 000 Kč
Rozšířený rozsah – 2 strany	do 12 000 znaků	45 000 Kč

Plošná inzerce	Formát (spad)	Cena
1/1 celostrana	210 x 297	59 000 Kč
1/2 strany na šířku	210 x 150	35 000 Kč
1/2 strany na výšku	105 x 297	35 000 Kč
II. strana obálky	210 x 297	59 000 Kč
III. strana obálky	210 x 297	59 000 Kč
IV. strana obálky	210 x 297	85 000 Kč



**Případová studie**

➔ **Inzertní podklady**

Podklady pro inzerci jsou přijímány pouze v elektronické podobě, a to v prepressovém PDF – CMYK při tiskovém rozlišení min. 300 dpi vč. ořezových značek a spadu (3 mm na každou stranu). Výjimku ze spadu mohou tvořit pouze dva inzertní formáty do zrcadla, a to „Junior page“ a exkluzivní banner na titulní obálce (zde je lépe dodat bez ořezových značek a spadu). Variantně lze dodávat i TIFF – CMYK s tiskovým rozlišením 300 dpi, vč. ořezových značek a spadu.

Formáty CDR, Word (DOC a DOCX), PSD, JPG, EPS a BMP nemohou být z technologických důvodů akceptovány.

V případě požadavku na dodržení barevnosti je nutné spolu s daty dodávat i chemický nátisk inzerce (nikoliv výjezd z laserové tiskárny).

Za kvalitu a správnost dodaných podkladů nese odpovědnost inzerent či jeho dodavatel, nikoli DCD.

➔ **Kontakty**

**Adresa vydavatelství**

DCD Publishing, Lublaňská 21, 120 00 Praha 2,  
Tel.: +420 224 936 895, fax: +420 224 936 908

**Redakce**

Vladimíra Bezečná

**Obchod**

obchodní oddělení	<a href="mailto:obchod@dcd.cz">obchod@dcd.cz</a>	+420 224 936 895
Kamila Jurošková	<a href="mailto:juroskova@dcd.cz">juroskova@dcd.cz</a>	+420 606 761 824
Magdaléna Čupková	<a href="mailto:cupkova@dcd.cz">cupkova@dcd.cz</a>	+420 602 555 899
Karel Rumler	<a href="mailto:rumler@dcd.cz">rumler@dcd.cz</a>	+420 606 761 825

**Produkce a inzertní podklady**

Tomáš Brejša	<a href="mailto:brejsa@dcd.cz">brejsa@dcd.cz</a>	+420 602 104 279
--------------	--	------------------