



Medycyna Wschodu w Dzisiaj: Branding Azji

Indeks: 738376 Producent: Springer

Cena: 405.81 zł

Opis

Chinese and Indian Medicine Today: Branding Asia

Producent: Springer

Medycyna chińska i indyjska dzisiaj: Branding Azji to książka, która dokonuje przeglądu współczesnych trendów i praktyk z zakresu medycyny tradycyjnej Chin i Indii. Autor, Md. Nazrul Islam, prezentuje obszerną analizę wpływu marki i edukacji na rozwój medycyny chińskiej i ajurwedyjskiej, ze szczególnym uwzględnieniem turystyki zdrowotnej, komercjalizacji, a także klasyków takich jak Huang Di Nei Jing i Caraka Samhita. Książka ta stanowi wartościowe źródło informacji dla osób zainteresowanych medycyną wschodnią i jej zastosowaniem w dzisiejszym świecie.

Autor omawia także kwestie etyki medycznej oraz profesjonalnego postępowania w praktyce lekarskiej. Przybliża czytelnikom filozoficzne i pedagogiczne podstawy medycyny chińskiej i indyjskiej, analizując jednocześnie proces brandingowy i jego znaczenie dla rozwoju tych dziedzin. Książka ta jest adresowana zarówno do osób zainteresowanych nauką, jak i praktyką medyczną, stanowiąc cenne źródło wiedzy na temat wpływu marki i edukacji na rozwój medycyny tradycyjnej.

Wydana w 2018 roku przez wydawnictwo Springer, książka Medycyna chińska i indyjska dzisiaj: Branding Azji jest publikacją o znaczącym wkładzie w dziedzinę medycyny, filozofii i pedagogiki. Zawiera 233 strony treści skoncentrowanej na analizie trendów w medycynie chińskiej i indyjskiej oraz ich związku z procesami brandingowymi i edukacyjnymi. Książka ta jest dedykowana wszystkim zainteresowanym pogłębieniem swojej wiedzy na temat medycyny wschodniej i jej roli w dzisiejszym społeczeństwie.

- **temat:** BUSINESS & ECONOMICS / Marketing / General, Business & Economics/Marketing - General, EDUCATION / General, Education/General, MEDICAL / Ethics, Medical/Ethics, HC/Philosophie/Sonstiges, HC/Pädagogik/Erwachsenenbildung, HC/Wirtschaft/Werbung, Marketing, Hardcover, Softcover / Philosophie/Sonstiges, Philosophy, Teaching of a specific subject, Sales & marketing, MEDICAL / Ethics, MEDICAL, Ethics, EDUCATION / General, EDUCATION, General, BUSINESS & ECONOMICS / Marketing / General, BUSINESS & ECONOMICS, Marketing, Philosophy of Medicine, Medical Education, Branding, HC/Philosophie/Sonstiges, HC, Philosophie, Sonstiges, HC/Pädagogik/Erwachsenenbildung, Pädagogik, Erwachsenenbildung, HC/Wirtschaft/Werbung, Marketing, Wirtschaft, Werbung, Marketing, Chinese Medicine;Ayurveda;Branding;Education;Commodification;Health Tourism;Classical Text;Huang Di Nei Jing;Caraka Samhita, Medical ethics and professional conduct, Medicine: general issues, Brands and branding, Philosophy, Sales & marketing, Teaching of a specific subject, Brands and branding, Fachspezifischer Unterricht, Marken und Markenkonzepte, Medical ethics and professional conduct, Medicine: general issues, Medizin, allgemein, Medizinethik, Standesregeln, Philosophie
- **wiążący:** paperback
- **język:** english, english, english
- **waga przedmiotu:** 454 grams
- **strony:** 233

- **słowo kluczowe tematu:** Chinese Medicine; Ayurveda; Branding; Education; Commodification; Health Tourism; Classical Text; Huang Di Nei Jing; Caraka Samhita, Chinese Medicine; Ayurveda; Branding; Education; Commodification; Health Tourism; Classical Text; Huang Di Nei Jing; Caraka Samhita, Chinesemedicine; Ayurveda; education; commodification; HealthTourism; ClassicalText; HuangDiNeiJing; CarakaSamhita, MEDICAL, Non-Fiction, Singapore
- **marka:** Springer
- **kod podmiotu:** 1529, 1577, 1785, 1529, KJSC, JNU, KJSC, MBDC, MB, MB, MBDC, QD, BUS043000, BUS043000, EDU000000, EDU000000, MED050000, MED050000, HP, KJS, JNU
- **grupa docelowa:** General/trade
- **Liczba przedmiotów:** 1
- **kolor:** White
- **waga opakowania przedmiotu:** 1 pounds
- **wydanie:** Softcover reprint of the original 1st ed. 2017
- **producent:** Springer
- **zewnętrznie przypisany identyfikator produktu:** 9789811350115, 09789811350115
- **autor:** Islam, Md. Nazrul
- **gatunek muzyczny:** Philosophy, Teaching of a specific subject, Sales & marketing, MEDICAL, Ethics, EDUCATION, General, BUSINESS & ECONOMICS, Marketing, General, HC, Philosophie, Sonstiges, HC, Pädagogik, Erwachsenenbildung, HC, Wirtschaft, Werbung, Marketing, Philosophy, Medical ethics and professional conduct, Teaching of a specific subject, Medicine: general issues, Brands and branding
- **Data publikacji:** 2018-12-11T00:00:01Z
- **numer wydania:** 1
- **nazwa przedmiotu:** Chinese and Indian Medicine Today: Branding Asia
- **data premiery:** 2018-12-11T00:00:01Z
- **data uruchomienia strony produktu:** 2020-12-15T07:26:23.351Z

Parametry

Autor	Md. Nazrul Islam
Wydawnictwo	Springer
Data publikacji	2018
Liczba stron	233
Język	Angielski