**Табела 5.2** Спецификација предмета

<table>
<tr><td colspan="5">Студијски програм: Мастер академске студије из јавног здравља</td></tr>
<tr><td colspan="5">Врста и ниво студија: Студије другог степена</td></tr>
<tr><td colspan="5">Назив предмета: МАРКЕТИНГ ЗДРАВЉА, КОМУНИКАЦИЈЕ И ТИМСКИ РАД</td></tr>
<tr><td colspan="5">Наставник (Презиме, средње слово, име): Вуковић С. Дејана, Исидора Вујчић,</td></tr>
<tr><td colspan="5">Статус предмета: Изборни</td></tr>
<tr><td colspan="5">Број ЕСПБ: 5</td></tr>
<tr><td colspan="5">Услов: Одслушани сви обавезни предмети</td></tr>
<tr><td colspan="5">Циљ предмета је да студенти прихвате принципе традиционалног маркетинга, овладају класичном маркетиншком терминологијом и дефиницијама кључних термина (маркетинг «niche», маркетинг сегментација, маркетинг «mix», циљно тржиште). Поред овога, циљ је да студенти идентификују маркетинг « niche» специфичан за њихове радне организације, као и маркентишке циљеве; науче како да принципе комерцијалног маркетинга на најбољи начин примене у маркетингу здравља; и зналачки дизајнирају здравствене интервенције, кампање, комуникације и научно-истраживачке пројекте.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Исход предмета. Очекивана знања и вештине: способност идентификовања користи од стратешке комуникације за установе, примена критеријума за давање приоритета аудиторијумима, писање стратешког комуникационог плана, прихватење вештина ефективне комуникације, овладавање вештином давања интервјуа медијима, као и коришћење медија за важне јавноздравствене поруке.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Садржај предмета<br>Теоријска настава Предмет полази од концепта маркетинга здравља, базираном на интеграцији традиционалних маркетиншких теорија и принципа са научно заснованим стратегијама за превенцију, унапређење и заштиту здравља. Релативно нов концепт – маркетинг здравља биће анализиран у светлу сличности и разлика са концептима као што су комуникација у области здравља, социјални маркетинг и промоција здравља. Овај предмет се бави и значајем комуникације и тимског рада у јавном здрављу. Студенти ће бити припремљени за мултидисциплинарни рад у мултисекторском контексту. Предмет ће обухватити више тема: тим и тимски рад, стратешку комуникацију, ефективну комуникацију, комуникацију и медије и комуникацију у кризним ситуацијама.<br>Практична настава: Усвајање вештина тимског рада, стратешких комуникација, медијских комуникација и комуникација у кризним ситуацијама кроз практичан рад. Научене вештине ефективне комуникације студенти ће демонстрирати у петоминутној презентацији.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Литература<br>• Lake D, Baerg K, Paslawski T. Teamwork, leadership and communication. Brush Education Inc: Canada, 2015.<br>• Andreasen AR, Drumwright ME. Alliances and Ethics in Social Marketing. In: Andreasen AR (ed.), Ethics in Social Marketing. Washington, DC: Georgetown University Press, 2000. http://www.social-marketing.org/papers/allianceJan2000.html<br>• Adler T. Environmental advantage: marketing the messages. Environ Health Perspect. 2002;110(10):A582-5. Available at: http://www.ehponline.org/docs/2002/110-10/spheres-abs.html<br>• Messerlian Carmen, Derevenskzy J. Social Marketing Campaigns for Youth Gambling Prevention: Lessons Learned from Youth. Int J Ment Health Addiction 2006; 4:294-306. Available at: www.ijma-journal.com/pdf/v4i4a04.pdf<br>• Комуникације и тимски рад – радна свеска за студенте. Београд: Медицински факултет Универзитета у Београду и CDC, – Програм одрживог развоја менаџмента 2007.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Број часова активне наставе</td><td>Остали часови</td></tr>
<tr><td>Предавања:<br>15</td><td>Вежбе:<br>20</td><td>Други облици наставе:<br>15</td><td>Студијски истраживачки рад:</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="5">Методе извођења наставе. Методе се састој од предавања, семинара (студенти ће добити задатак да припреме примере добре праксе примене маркетинга здравља и да их презентују) и вежби. На вежбама ће у мањим групама корак по корак креирати маркетиншки план на задату тему или тему по избору, у складу са наставним програмом.<br>Такође, студенти ће се обучавати у стратешким и свакодневним комуникацијама, као и у изради пројекта стратешке комуникације на изабрану тему коју ће јавно презентовати.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Оцена знања (максимални број поена 100)</td></tr>
<tr><td colspan="2">Предиспитне обавезе</td><td>поена</td><td>Завршни испит</td><td>поена</td></tr>
<tr><td colspan="2">активност у току наставе</td><td>10</td><td>писмени испит -тест</td><td>70</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td></td><td>семинарски рад из области</td><td>20</td></tr>
</table>

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | јавног здравља | |