Табела 5.2. Спецификација предмета

Спецификацију треба дати за сваки предмет из студијског програма.

Студијски програм :Мастеракадемскестудије – Менаџмент у системуздравственезаштите			
Назив предмета: Маркетинг и комуникације у здравственимустановама			
Наставник/наставници:КостићСтанковић М. Милица,Јаничић Ј. Радмила, ВуковићДејана			
Статус предмета:Обавезни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов:			
Циљ предметасуосновназнањастуденатапотребназадефинисање, имплементацију и евалуацијустратегија и тактикамаркетинга и комуникација у здравству. Такође и савладане основне методе, технике и вештине:позиционирањездравственихуслуганатржишту, креирања и унапређењабрендидентитета, као и унапређењакорпоративнерепутације.			
Исход предмета: Студентићестећиосновназнања, вештине и способностиизтеорије и праксемаркетинга и комуникација у здравству, а у функцији повећања ефективности и ефикасности пословања. Студенти ће научити како да се усмеренакорисникездравственихуслуга и идентификацијуњиховихпотреба и како системски да развијају и примењују стратегије маркетинга и комуникација у циљу изградње репутације здравствене организације.			
Садржај предмета *Теоријска настава:* Маркетиншка оријентација у здравству. Сегментацијатржиштаздравственихуслуга. Креирање и испорука вредности за корисника. Концепт задовољства корисника. Истраживање и анализа окружења запотребекреирањамаркетиншкестратегије. Планирање инструмената маркетинг микса у здравству. Примена концепта бренда у здравству. Холистички приступ управљању маркетингом. Управљање комуникацијама у здравству. Изградња идентитета, имица и репутације здравствене установе. Управљање интерним комуникацијама. Кризне комуникације. Стратегије друштвено одговорног пословања. Стратегије социјалног маркетинга. Планирање кампања усмерених на промену понашања и промоцију здравља. Дигитални маркетинг и комуникације у здравству. *Практична настава:* Методе истраживања окружења и очекивања корисника и стејкхолдера. Управљање портфолиом услуга и брендова у здравству. Планирање маркетинга и комуникација. Развој стратегија маркетинга и комуникација у здравству. Симулација програма комуникације са циљним јавностима. Мерење остварених ефеката. Истраживање нивоа задовољства корисника здравствених услуга.			
Литература 1. Костић-Станковић М, Филиповић В, Властелица Т, (2020), Односи с јавношћу (пето допуњено издање), Факултет организационих наука, Београд 2. Костић-Станковић М, Штављанин В, Филиповић В. (2017), Маркетинг(осмодопуњеноиздање), Факултеторганизационихнаука, Београд 3. Филиповић, В., Јаничић, Р. (2021). Стратешкимаркетинг, (трећедопуњеноиздање), Факултеторганизационихнаука, Београд 4. *Berkovitz, E.N. (2022). Essentials of Health Care Marketing, 5th ed, Jones and Bartlett Learning* 5. *Borges A.P. (2021). New techniques for brand management in the healthcare sector, Hershey, PA : IGI Global, Business Science Reference*			
Број часова активне наставе: 3	**Теоријска настава:**1	**Практична настава:**2	
Методе извођења наставе Предавањаилустрованапомоћнимаудио-визуелнимсредствима, интерактивнадискусија, рад у малимгрупама, решавање и представљањестудијаслучајева, консултације у израдисеминарскограда и самосталанрадстуденатакрозучење и израдусеминарскограда.			

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
активност у току предавања	**20**	писмени испит	
практична настава		усмени испит	60
колоквијум-и		.....	
семинар-и	**20**		