

Kolegij „MARKETING“ i „MARKETING I PROMOCIJA ZDRAVLJA“

**Magistarski studij „Upravljanje kvalitetom“ i „Upravljanje kvalitetom u
zdravstvu“, Sarajevo: 04.01.2010. – 09.01.2010.**

Doc. dr. sc. Mirko Palić
Ekonomski fakultet Zagreb
Katedra za marketing
Kabinet B 308 (sjever)
mpalic@efzg.hr; www.palic.us;

Konzultacije: srijedom od 17:00 do 18:00 sati i
petkom od 10:00 do 12:00 sati
Nastava: 17:00 – 22:00 sati
(subota 09.01. od 08:00 do 16:00 sati)

Svrha i sadržaj kolegija:

- 1 Upoznavanje temeljnih marketinških koncepata
- 2 Razumijevanje uloge marketinga u društvu i u organizacijama a posebno obrazovnim i zdravstvenim institucijama
- 3 Usvajanje marketinških znanja i tehnika za rješavanje konkretnih marketinških problema.
- 4 Usvajanje naprednih trendova povezanih s upravljanjem marketingom u obrazovnim i zdravstvenim institucijama
- 5 Upoznavanje s marketinškim alatima i analizama potrebnim za izradu marketing planova za obrazovne i zdravstvene ustanove

Obaveze polaznika:

Nastava će se izvoditi u obliku predavanja, seminara, vježbi i samostalnog rada studenata/polaznika (proučavanja zadane literature i izrade projektnog zadatka). Seminaraska nastava će se izvoditi u obliku radionica u okviru kojih će se rješavati zadaci, prezentirati slučajevi iz prakse (case study), izlagati i komentirati zadaci, i drugo.

Polaganje ispita u predroku:

Studenti koji redovito pohađaju predavanja, seminarsku nastavu, aktivno sudjeluju u seminarskoj nastavi te izrađuju projektni zadatak mogu položiti ispit putem prikupljenih bodova za svaku od navedenih aktivnosti.

aktivnost	maks.br. bodova
Aktivno sudjelovanje na nastavi	10
Projektni zadatak	20
Finalni test	20
UKUPNO	50

br. bodova	konačna ocjena
46 – 50	odličan (5)
41 – 45	vrlo dobar (4)
36 – 40	dobar (3)
21 – 35	dovoljan (2)
do 20	nedovoljan (1)

Polaganje ispita u redovnim rokovima:

Studenti koji nisu položili ispit u predroku, mogu pristupiti polaganju ispita u vrijeme roka koji će se održati naknadno u dogovoru s predavačem.

LITERATURA:

- Bilješke i slajdovi s predavanja
- Thomas, R.K.: **Health Services Marketing: A Practitioner's Guide**, Springer, 2008. (zdravstveni smjer)
- Kotler, P., Fox, K.: **Strategic Marketing for Educational Institutions**, 2. izdanje, Pearson Education, Upper Saddle River, New Jersey, 1995. (obrazovni smjer)
- Kotler, P., Keller, K.L.: **Marketing Management**, 12. izdanje Pearson Prentice Hall, 2006.
- Tihi, B., Čičić, M., Brkić, N.: **Marketing**, 3. izdanje, Ekonomski fakultet Sarajevo, 2006.

Nastavni termini:

Termin	Datum	Nastavne cjeline
1.	04.01.	Pojam i evolucija marketinga Kreiranje kvalitete, vrijednosti i zadovoljstva za kupce Trendovi i marketinške strategije s naglaskom na obrazovanje i zdravstvo <i>Odabir tema projektnih zadataka i timova Case study</i>
2.	05.01.	Marketing strategija obrazovnih i znanstvenih institucija Planiranje marketinga <i>Primjer marketing plana Izrada SWOT analize i BCG matrice za projektne zadatke</i>
3.	06.01.	Istraživanje tržišta i informacijski sustavi Ponašanje korisnika usluga Segmentacija i pozicioniranje <i>Video na temu istraživanja tržišta Case study</i>
4.	07.01.	Neradni dan*
5.	08.01.	Elementi marketing miksa: oblikovanje usluge, cijene, distribucije i promocije za potrebe obrazovnih i zdravstvenih institucija <i>Timska izrada taktika marketing miksa za potrebe projektnog zadatka Case study</i>
6.	09.01.	Prezentacija projekta Finalni test <i>Upis ocjena</i>