



**СПЕЦИЈАЛИСТИЧКЕ АКАДЕМСКЕ
СТУДИЈЕ - СПЕЦИЈАЛИСТА ФАРМАЦИЈЕ**

школска 2017/2018.

ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА У ЗДРАВСТВУ

Специјалистичке академске студије - Специјалиста фармације

ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА У ЗДРАВСТВУ

Предмет се вреднује са 5 ЕСПБ. Недељно има 4 часа наставе

(2 часа предавања и 2 часа вежби)

НАСТАВНИЦИ:

Број	Име и презиме	Е-mail адреса	Звање
1.	Марко Фолић	markof@medf.kg.ac.rs	Ванредни професор
2.	Оливера Миловановић	olivera.milovanovic@medf.kg.ac.rs	Доцент
3.	Тамара Николић	tamara.nikolic@medf.kg.ac.rs	Асистент
4.	Милена Јуришевић	milena.jurisevic@medf.kg.ac.rs	Асистент
5.	Радиша Павловић	rpavlovic@medf.kg.ac.rs	Асистент

СТРУКТУРА ПРЕДМЕТА:

Модул	Назив модула	Недеља	Предавања	Рад у малој групи	Руководилац предмета
1	Концепт маркетинга и маркетинг истраживања	5	2	2	Проф. др Марко Фолић
2	Маркетинг фармацеутских производа и информациони системи	5	2	2	Проф. др Марко Фолић
3	Концепт квалитета здравствене услуге и основни аспекти комуникације у маркетинг активностима	5	2	2	Проф. др Марко Фолић
					Σ 30+30=60

ОЦЕЊИВАЊЕ:

Студент савладава предмет путем предиспитних активности и завршног испита. Поени се стичу на два начина:

АКТИВНОСТ У ТОКУ НАСТАВЕ: На овај начин студент може освојити до 30 поена и то тако што путем активности током наставе може освојити 30 поена.

ПОЛАГАЊЕ ИСПИТА:

Оцена на испиту стиче се изразом и одбраном изразом завршног рада (максимално 70 поена)

ЗАВРШНА ОЦЕНА:

Завршна оцена, која зависи од укупног броја освојених поена, односно збира поена стечених у домену активности током наставе и поена стечених на испиту.

БРОЈ ОСВОЈЕНИХ ПОЕНА	ОЦЕНА
0 - 50	5
51 – 60	6
61 – 70	7
71 – 80	8
81 – 90	9
91 - 100	10

ЛИТЕРАТУРА:

НАЗИВ УЏБЕНИКА	АУТОРИ	ИЗАДАВАЧ	БИБЛИОТЕКА
Фармацеутска медицина	Милица Простран, Милан Стануловић, Драгомир Марисављевић, Душан Ђурић	Нemofarm AD, Вршац, 2009	Има
Матрикс маркетинга у фармацеутској индустрији	Душан Ђурић	Студио „АН“, Шабац, 2002	Има
Managing People and Organization	Griffin Moorhead	Boston, New York. Houghton Mifflin Company. 2007.	
Essentials of Health Care Marketing	Eric N. Berkowitz	Jones & Bartlett Learning, 2010	
Health Care Market Strategy	Steven G. Hillestad, Eric N. Berkowitz	Jones & Bartlett Publishers, 2012	
Managing Health Care Business Strategy	George B. Moseley	Jones & Bartlett Learning, 2009	

Сва предавања налазе се на сајту Факултета Медицинских наука: www.medf.kg.ac.rs
Консултације са наставницима и сарадницима: сваког уторка у термину од 12 до 13 сати (канцеларија број 46)

ПРОГРАМ:

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 1 (ПРВА НЕДЕЉА):

предавања 2 часа	вежбе 2 часа
Природа маркетинга, развој маркетинга и маркетинг мисли и и филозофије. Маркетинг инструменти- производ/услуга, цена, дистрибуција и промоција.	Настанак маркетинга- детектовање предиктора маркетинга. Препознавање и стварање вредности за кориснике/купце, сатисфакција корисника /купаца, појам „додатне вредности“ и „диферентне предности“

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 2 (ДРУГА НЕДЕЉА):

предавања 2 часа	вежбе 2 часа
Утицај друштвених и економских фактора на тржиште и концепт маркетинга. Избор и анализа тржишта. Еластичност тражње у маркетингу.	Детектовање основних карактеристика окружења који утичу на маркетиншке инструменте и стратегију.

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 3 (ТРЕЋА НЕДЕЉА):

предавања 2 часа	вежбе 2 часа
Маркетинг у здравству и здравственим системима, специфичности и ограничења. Појам и примена бенчмаркинга. Фармацеутски маркетинг, дефиниције, концепт и облици. Етички аспекти маркетинга у здравству.	Детектовање специфичности маркетинга у здравству. Изазови и ограничења маркетинга у здравству. Фармацеутски маркетинг у пракси. Примена етичких начела у фармацеутском маркетингу и маркетингу у здравству.

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 4 (ЧЕТВРТА НЕДЕЉА):

предавања 2 часа	вежбе 2 часа
Маркетинг истраживања. Развој и циљеви, садржај и поступак планирања у маркетингу. Управљање и вођење маркетинг активности, контрола. Делегирање и подела одговорности у маркетинг активностима.	Приступу у спровођењу маркетинг планирања и истраживања. Дефинисање фаза и процеса маркетинг истраживања. Веза између пословних перформанси, циљева и маркетинг активности.

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 5 (ПЕТА НЕДЕЉА):

предавања 2 часа	вежбе 2 часа
Средиште пажње маркетинга, оријентација на потребе и мотиве корисника/купца. Задовољство потрошача. Стварање вредности за купце/кориснике. Теорије мотивације.	Нова парадигма маркетинга, приступи и процеси. Истраживање потреба и задовољства корисника/купаца. Масловљева теорија мотивације-теорија хијерархије потреба.

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 6 (ШЕСТА НЕДЕЉА):

предавања 2 часа	вежбе 2 часа
Скенирање окружења. Појам и класификација тржишта. Сегментација и таргетирање у маркетингу. Циљна тржишта.	Дефинисање кључних критеријума за сегментацију и таргетирање, ограничавајући и подстицајни фактори. Појам и дефинисање тржишне нише.

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 7 (СЕДМА НЕДЕЉА):

предавања 2 часа	вежбе 2 часа
Улога информационих система у маркетингу. Базе података у здравству и њихова примена у маркетингу. Електронски маркетинг: предности и принципи <i>on line</i> маркетинга.	Примена информационих технологија у маркетингу. Разматрање етичких аспеката примене базе података у здравственом маркетингу. <i>Indoor / outdoor</i> маркетинг.

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 8 (ОСМА НЕДЕЉА):

предавања 2 часа	вежбе 2 часа
Маркетинг фармацевтских производа. Маркетиншке активности кроз животни циклус лека. Појам и значај бренда и генеричких лекова. Развој портфолиа производа.	Детектовање кључних разлика бренда и генерике, предности и мане. Диферентност и избор тржишних стратегија и инструмената маркетинга. Вредност и изградња бренда. Управљање портфолиом производа.

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 9 (ДЕВЕТА НЕДЕЉА):

предавања 2 часа	вежбе 2 часа
Маркетинг концепт услуга. Услуге као диферентна предност на тржишту. Специфичности услуга као инструмента маркетинг микса. Менаџмент услуга.	Планирање менаџмента и маркетинга услуга. Управљање линијом услуга. Развој и менаџмент односа са корисницима услуга/производа.

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 10 (ДЕСЕТА НЕДЕЉА):

предавања 2 часа	вежбе 2 часа
Детектовање потреба корисника за новим услугама. Развој нових услуга. Појам линије услуга. Портфолио услуга.	Управљање портфолиом услуга. Управљење продуктивношћу услуга. Развој програма за маркетинг услуга.

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 11 (ЈЕДАНАЕСТА НЕДЕЉА):

предавања 2 часа	вежбе 2 часа
Концепт квалитета здравствене услуге . Специфичности услуга у здравству Донабедијанов циклус: структура-процес-резултати.	Детектовање специфичности здравствених услуга. Предиктори развоја нових здравствених услуга. Етичка питања маркетинга услуга у здравственој заштити.

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 12 (ДВАНАЕСТА НЕДЕЉА):

предавања 2 часа	вежбе 2 часа
Основни елементи који утичу на цене производа и услуга. Ценовна политика позиционирања производа /услуга на тржишту. Управљање променама цена производа/услуга.	Утицај тржишта на цене производа, конкуренција заснована на ценама и квалитету. Детектовање лојалне и нелојалне конкуренције. Етичка питања тржишне конкуренције.

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 13 (ТРИНАЕСТА НЕДЕЉА):

предавања 2 часа	вежбе 2 часа
Комуникација у маркетинг активностима, Врсте комуникације. Канали комуникације. Компетенције ис области комуникације – оквир компетенција	Избор канала комуникације. Процес комуникације. Основни елементи комуникације, Решавање проблема у комуникацији са јавним мњењем и стручном јавношћу

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 14 (ЧЕТРНАЕСТА НЕДЕЉА):

предавања 2 часа	вежбе 2 часа
Специфичности маркетинг комуникације у здравству Етичка питања у односима са јавношћу. Друштвена одговорност маркетинга у здравству.	Етички аспекти маркетинг комуникације у здравству и здравственој заштити.

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 15 (ПЕТНАЕСТА НЕДЕЉА):

предавања 2 часа	вежбе 2 часа
Појам и циљеви интегрисане маркетинг стратегије. Друштвени медији и утицај на потрошаче. Етичке дилеме.	Облици промотивних активности. Промоција јавног здравља . Директиве ЕУ и друга законска и подзаконска акта која регулишу област маркетинга у здравству.

РАСПОРЕД ПРЕДАВАЊА

ФАРМАКОЛОШКА САЛА (С5)	
СУБОТА	НЕДЕЉА
10:00 – 14:30	10:00 – 13:00

РАСПОРЕД ВЕЖБИ

СУБОТА	НЕДЕЉА
С5 15:00 – 19:30 I група	С5 13:30 – 16:30 I група
С44 15:00 – 19:30 II група	С44 13:30 – 16:30 II група
В17 15:00 – 19:30 III група	В17 13:30 – 16:30 III група
С7 15:00 – 19:30 IV група	С7 13:30 – 16:30 IV група

РАСПОРЕД НАСТАВЕ ЗА ПРЕДМЕТ ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА У ЗДРАВСТВУ

модул	недеља	датум	време	место	тип	назив методске јединице	наставник
1	1	23.12.2017.	10:00 – 14:30	C5	П	Природа маркетинга, развој маркетинга и маркетинг мисли и и филозофије. Маркетинг инструменти- производ/услуга, цена, дистрибуција и промоција	Проф. др Марко Фолић
		23.12.2017.	15:00 – 19:30	(C5, C2, C7,C8)	В	Настанак маркетинга- детектовање предиктора маркетинга. Препознавање и стварање вредности за кориснике/купце, сатисфакција корисника /купаца, појам „додатне вредности“ и „диферентне предности“	Проф. др Марко Фолић Асс. Тамара Николић Асс. Милена Јуришевић Асс. Радиша Павловић
	2	23.12.2017.	10:00 – 14:30	C5	П	Утицај друштвених и економских фактора на тржиште и концепт маркетинга. Избор и анализа тржишта. Еластичност тражње у маркетингу.	Проф. др Марко Фолић
		23.12.2017.	15:00 – 19:30	(C5, C2, C7,C8)	В	Детектовање основних карактеристика окружења који утичу на маркетиншке инструменте и стратегију.	Проф. др Марко Фолић Доц.др Оливера Миловановић Асс. Тамара Николић Асс. Милена Јуришевић
	3	23.12.2017.	10:00 – 14:30	C5	П	Маркетинг у здравству и здравственим системима, специфичности и ограничења. Појам и примена бенчмаркинга. Фармацеутски маркетинг, дефиниције, концепт и облици. Етички аспекти маркетинга у здравству.	Проф. др Марко Фолић
		23.12.2017.	15:00 – 19:30	(C5, C2, C7,C8)	В	Детектовање специфичности маркетинга у здравству. Изазови и ограничења маркетинга у здравству. Фармацеутски маркетинг у пракси. Примена етичких начела у фармацеутском маркетингу и маркетингу у здравству.	Проф. др Марко Фолић Асс. Тамара Николић Асс. Милена Јуришевић Асс. Радиша Павловић
	4	24.12.2017.	10:00 – 13:00	C5	П	Маркетинг истраживања. Развој и циљеви, садржај и поступак планирања у маркетингу. Управљање и вођење маркетинг активности, контрола. Делегирање и подела одговорности у маркетинг активностима.	Проф. др Марко Фолић
	4	24.12.2017.	13:30 – 16:30	(C5, C2, C7,C8)	В	Приступуи у спровођењу маркетинг планирања и истраживања. Дефинисање фаза и процеса маркетинг истраживања. Веза између пословних перформанси, циљева и маркетинг активности.	Проф. др Марко Фолић Доц.др Оливера Миловановић Асс. Тамара Николић Асс. Радиша Павловић
	5	24.12.2017.	10:00 – 13:00	C5	П	Средиште пажње маркетинга, оријентација на потребе и мотиве корисника/купца. Задовољство потрошача. Стварање вредности за купце/кориснике.Теорије мотивације.	Проф. др Марко Фолић

РАСПОРЕД НАСТАВЕ ЗА ПРЕДМЕТ ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА У ЗДРАВСТВУ

модул	недеља	датум	време	место	тип	назив методске јединице	наставник
1	5	24.12.2017.	13:30 – 16:30	(C5, C2, C7,C8)	В	Нова парадигма маркетинга, приступи и процеси. Истраживање потреба и задовољства корисника/купаца. Масловљева теорија мотивације- теорија хијерархије потреба.	Проф. др Марко Фолић Доц.др Оливера Миловановић Асс. Милена Јуришевић Асс. Радиша Павловић
2	6	28.12.2017.	12:30 – 17:00	C2	П	Скенирање окружења. Појам и класификација тржишта. Сегментација и таргетирање у маркетингу. Циљна тржишта.	Проф. др Марко Фолић
		28.12.2017.	17:00 – 21:30	(C5, C2, C7,C8)	В	Дефинисање кључних критеријума за сегментацију и таргетирање, ограничавајући и подстицајни фактори. Појам и дефинисање тржишне нише.	Проф. др Марко Фолић Асс. Тамара Николић Асс. Милена Јуришевић Доц.др Оливера Миловановић
	7	28.12.2017.	12:30 – 17:00	C2	П	Улога информационих система у маркетингу. Базе података у здравству и њихова примена у маркетингу. Електронски маркетинг: предности и принципи <i>on line</i> маркетинга.	Проф. др Марко Фолић
	7	28.12.2017.	17:00 – 21:30	(C5, C2, C7,C8)	В	Примена информационих технологија у маркетингу. Разматрање етичких аспеката примене базе података у здравственом маркетингу. <i>Indoor / outdoor</i> маркетинг.	Проф. др Марко Фолић Асс. Тамара Николић Асс. Милена Јуришевић Асс. Радиша Павловић
	8	28.12.2017.	12:30 – 17:00	C2	П	Маркетинг фармацеутских производа. Маркетиншке активности кроз животни циклус лека. Појам и значај брэнда и генеричких лекова. Развој портфолиа производа.	Проф. др Марко Фолић
		28.12.2017.	17:00 – 21:30	(C5, C2, C7,C8)	В	Детектовање кључних разлика брэнда и генерике, предности и мане. Диферентност и избор тржишних стратегија и инструмената маркетинга. Вредност и изградња брэнда. Управљање портфолиом производа.	Проф. др Марко Фолић Доц.др Оливера Миловановић Асс. Тамара Николић Асс. Милена Јуришевић
	9	29.12.2017.	12:00 – 15:00	C5	П	Маркетинг концепт услуга. Услуге као диферентна предност на тржишту. Специфичности услуга као инструмента маркетинг микса. Менаџмент услуга.	Проф. др Марко Фолић
	9	29.12.2017.	15:30 – 18:30	(C5, C2, C7,C8)	В	Планирање менаџмента и маркетинга услуга. Управљање линијом услуга. Развој и менаџмент односа са корисницима услуга/производа.	Проф. др Марко Фолић Асс. Тамара Николић Асс. Милена Јуришевић Асс. Радиша Павловић

РАСПОРЕД НАСТАВЕ ЗА ПРЕДМЕТ ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА У ЗДРАВСТВУ

модул	недеља	датум	време	место	тип	назив методске јединице	наставник
2	10	29.12.2017.	12:00 – 15:00	C5	П	Детектовање потреба корисника за новим услугама. Развој нових услуга. Појам линије услуга. Портфолио услуга.	Проф. др Марко Фолић
		29.12.2017.	15:30 – 18:30	(C5, C2, C7,C8)	В	Управљање портфолиом услуга. Управљење продуктивношћу услуга. Развој програма за маркетинг услуга.	Проф. др Марко Фолић Доц.др Оливера Миловановић Асс. Тамара Николић Асс. Радиша Павловић
3	11	13.01.2018.	10:00 – 14:30	C5	П	Концепт квалитета здравствене услуге. Специфичности услуга у здравству Донабедијанов циклус: структура-процес-резултати.	Проф. др Марко Фолић
		13.01.2018.	15:00 – 19:30	(C5, C2, C7,C8)	В	Детектовање специфичности здравствених услуга. Предиктори развоја нових здравствених услуга. Етичка питања маркетинга услуга у здравственој заштити	Проф. др Марко Фолић Доц.др Оливера Миловановић Асс. Милена Јуришевић Асс. Радиша Павловић
	12	13.01.2018.	10:00 – 14:30	C5	П	Основни елементи који утичу на цене производа и услуга. Ценовна политика позиционирања производа/услуга на тржишту. Управљање променама цена производа/услуга.	Проф. др Марко Фолић
		13.01.2018.	15:00 – 19:30	(C5, C2, C7,C8)	В	Утицај тржишта на цене производа, конкуренција заснована на ценама и квалитету. Детектовање лојалне и нелојалне конкуренције. Етичка питања тржишне конкуренције.	Проф. др Марко Фолић Асс. Тамара Николић Асс. Милена Јуришевић Доц.др Оливера Миловановић
	13	13.01.2018.	10:00 – 14:30	C5	П	Комуникација у маркетинг активностима. Врсте комуникације. Канали комуникације. Компетенције из области комуникације – оквир компетенција	Проф. др Марко Фолић
	13	13.01.2018.	15:00 – 19:30	(C5, C2, C7,C8)	В	Избор канала комуникације. Процес комуникације. Основни елементи комуникације. Решавање проблема у комуникацији са јавним мњењем и стручном јавношћу	Проф. др Марко Фолић Доц.др Оливера Миловановић Асс. Милена Јуришевић Асс. Радиша Павловић
	14	14.01.2018.	10:00 – 13:00	C5	П	Специфичности маркетинг комуникације у односима са јавношћу. Етичка питања у здравству и здравственој заштити. Друштвена одговорност маркетинга у здравству.	Проф. др Марко Фолић

РАСПОРЕД НАСТАВЕ ЗА ПРЕДМЕТ ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА У ЗДРАВСТВУ

модул	недеља	датум	време	место	тип	назив методске јединице	наставник
3		14.01.2018.	13:30 – 16:30	(C5, C2, C7,C8)	В	Етички аспекти маркетинг комуникације у здравству.	Проф. др Марко Фолић Доц.др Оливера Миловановић Асс. Радиша Павловић Асс. Милена Јуришевић
	15	14.01.2018.	10:00 – 13:00	C5	П	Појам и циљеви интегрисане маркетинг стратегије. Друштвени медији и утицај на потрошаче. Етичке дилеме.	Проф. др Марко Фолић
		14.01.2018.	13:30 – 16:30	(C5, C2, C7,C8)	В	Облици промотивних активности. Промоција јавног здравља. Директиве ЕУ и друга законска и подзаконска акта која регулишу област маркетинга у здравству.	Проф. др Марко Фолић Доц.др Оливера Миловановић Асс. Тамара Николић Асс. Радиша Павловић