



**УНИВЕРЗИТЕТ У КРАГУЈЕВЦУ  
ФАКУЛТЕТ МЕДИЦИНСКИХ НАУКА  
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ**

**ДОКТОРСКЕ АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ  
МЕНАџМЕНТ ЗДРАВСТВЕНОГ СИСТЕМА**

**МАРКЕТИНГ И КОМУНИКАЦИЈЕ У  
СИСТЕМУ ЗДРАВСТВЕНЕ ЗАШТИТЕ**

Школске 2024/2025  
(III семестар)

# МАРКЕТИНГ И КОМУНИКАЦИЈЕ У СИСТЕМУ ЗДРАВСТВЕНЕ ЗАШТИТЕ

6 ЕСПБ бодова.

КАТЕДРА:

1.	Срђан Шапић	ssapic@kg.ac.rs	Редовни професор
----	-------------	-----------------	------------------

СТРУКТУРА ПРЕДМЕТА:

Модул	недеља	предавања	сир	Наставник
1. Увод у маркетинг у здравству	1	12	25	Проф. др Срђан Шапић
2. Етика и одговорност у маркетингу здравствених услуга	1	12	25	Проф. др Срђан Шапић
3. Сегментација тржишта и циљна група	1	11	20	Проф. др Срђан Шапић
4. Вебтине комуникације за здравствене професионалце	1	10	20	Проф. др Срђан Шапић
Σ	4	45	90	45+90=135

ОЦЕЊИВАЊЕ:

Студент се оцењује у току целог семестра. Оцењују се семинарски и активност у настави. На крају, у испитном року, оцењује се и писмени испит. Оцене се дају у поенима. Максимални број поена је 100 (укључујући и писмени испит). На писменом испиту студент може добити до 60 поена, а активности у току семестра (тзв. предиспитне обавезе) могу му донети до 40 поена.

**А. АКТИВНОСТ У ТОКУ НАСТАВЕ (ПРЕДИСПИТНЕ ОБАВЕЗЕ):**

Активност у настави се оцењује и ту студент може стећи до 10 поена:

- на основу присуства на настави,
- учествовања у дискусијама на вежбама и предавањима

**Б. СЕМИНАРСКИ РАД (ПРЕДИСПИТНЕ ОБАВЕЗЕ):**

Сваки студент добија један семинарски рад којим треба да покаже своју спремност да примени стечена знања у конкретном примеру. Ако студент приликом оцењивања семинарског рада не добије најмање 50% предвиђених поена (16 поена), неопходно је вратити рад на корекцију. У супротном, добија 0 поена, тј. не може добити више од 50% предвиђених поена. Студент који не добије више од 50% предвиђених поена не може изаћи на испит. На овај начин студент може стећи до 30 поена.

**Ц. ПИСАНИ ИСПИТ:**

На овај начин студент може стећи 60 поена. Писмени испит се састоји од укупно 30 питања.

**Завршна оцена се формира на следећи начин:**

Да би студент положио предмет мора скупити минимум 51 поен. Студент је положио ако је на испиту добио најмање 50% могућих поена, тј. минимално 30 поена и ако је на предиспитним обавезама такође добио најмање 50% поена, тј. 20 поена.

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

Модул	МАКСИМАЛНО ПОЕНА			
	Активност у току наставе	Семинарски рад	Писани испит	Σ
1. Увод у маркетинг у здравству	3		10	13
2. Етика и одговорност у маркетингу здравствених услуга	3		20	23
3.Сегментација тржишта и циљна група	2		10	12
4. Вептине комуникације за здравствене професионалце	2		20	22
		30		30
Σ	10	30	60	100

**МАРКЕТИНГ И КОМУНИКАЦИЈЕ У СИСТЕМУ ЗДРАВСТВЕНЕ ЗАШТИТЕ распоред часова, школска 2024/2025. година**

Датум	Место	Предавач	Тематска јединица
<b>МОДУЛ 1: Увод у маркетинг у здравству</b>			
		проф. др Срђан Шапић	Дефиниција маркетинга у концепту здравства
		проф. др Срђан Шапић	Значај маркетинга за здравствене организације
<b>МОДУЛ 2: Етика и одговорност у маркетингу здравствених услуга</b>			
		проф. др Срђан Шапић	Питање етичког маркетинга у здравству
		проф. др Срђан Шапић	Изазови етике и одговорности
<b>МОДУЛ 3: Сегментација тржишта и циљна група</b>			
		проф. др Срђан Шапић	Разумевање пацијената и њихових потреба
		проф. Др Срђан Шапић	Значај сегментације у прилагођавању комуникације
<b>МОДУЛ 4: Вештине комуникације за здравствене професионалце</b>			
		проф. др Срђан Шапић	Значај јасне и саосећајне комуникације
		проф. др Срђан Шапић	Интегрисане маркетинг комуникације према пацијентима