



**СПЕЦИЈАЛИСТИЧКЕ АКАДЕМСКЕ
СТУДИЈЕ- СПЕЦИЈАЛИСТА ФАРМАЦИЈЕ**

школска 2017/2018.

**ТЕХНИКЕ И ИНСТРУМЕНТИ САВРЕМЕНОГ МАРКЕТИНГА У
ЗДРАВСТВУ**

Специјалистичке академске студије- Специјалиста фармације

ТЕХНИКЕ И ИНСТРУМЕНТИ САВРЕМЕНОГ МАРКЕТИНГА У ЗДРАВСТВУ

Предмет се вреднује са 5 ЕСПБ. Недељно има 5 часова наставе (3 часа предавања
и 2 часа семинара)

НАСТАВНИЦИ:

Број	Име и презиме	Е-mail адреса	Звање
1.	Душан Ђурић	duca1duca@gmail.com	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	Семинар	Руководилац предмета
1	Природа маркетинга	5	3	2	проф. др Душан Ђурић
2	Маркетинг истраживања и информациони системи	5	3	2	проф. др Душан Ђурић
3	Маркетинг планирање и стратегија	5	3	2	проф. др Душан Ђурић
					Σ 45+30=75

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 15 поена а путем израде семинарских радова још преосталих 15 поена.

ЗАВРШНИ ИСПИТ: На овај начин студент може да стекне до 70 поена израдом завршног испита у писменој форми. Кандидат је положио завршни испит уколико је освојио више од 60% поена.

Кандидат је положио предмет ако је путем активности у току наставе и завршног испита освојио више од 60% од максималног броја поена.

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
Фармакоекономија у психијатрији	Милица Простран, Ранка Самарџић, Ивана Тимотијевић, Душан Ђурић	Медицински факултет у Београду, 2006	Има
Матрикс Маркетинга у фармацеутској индустрији	Душан Ђурић	Студио „АН“, Шабац, 2002	Има
Managing People and Organization	Griffin Moorhead	Boston, New York. Houghton Mifflin Companu. 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 3 часа	семинар 2 часа
Маркетинг концепт; Развој маркетинга; Маркетинг миксе; Управљање маркетинг активношћу;	Опсег Маркетинга; Ефикасност наспрам ефикасности; Маркетинг и пословне перформансе; Планирање маркетинг активности;

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 2 (ДРУГА НЕДЕЉА):

предавања 3 часа	семинар 2 часа
Глобално маркетинг окружење; Економске силе; Европска унија; Друштвене силе;	Политичке и законске силе; Физичке силе; Технолошке силе; Микроокружење; Скенирање окружења;

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 3 (ТРЕЋА НЕДЕЉА):

предавања 3 часа	семинар 2 часа
Корисник у маркетинг истраживањима; основни појмови о понашању корисника; разлози истраживања понашања корисника;	Развој понашања корисника као научне дисциплине; интердисциплинарност понашања корисника; Истраживање потреба и мотива корисника;

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 4 (ЧЕТВРТА НЕДЕЉА):

предавања 3 часа	семинар 2 часа
Социолошке детерминанте понашања корисника; култура; друштвена класа и слој; друштвена улога и статус; релевантне и референтне групе; Лидери Мишљења; Породица; Стил живота;	Психолошки фактори понашања корисника; Процес информисања корисника; Процес учења; Личност; Ставови корисника; Мотивациона истраживања;

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 5 (ПЕТА НЕДЕЉА):

предавања 3 часа	семинар 2 часа
Процес одлучивања корисника; Фазе процеса одлучивања; Врсте процеса одлучивања;	Тржиште производно-услугне потрошње; Процес одлучивања о куповини;

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 6 (ШЕСТА НЕДЕЉА):

предавања 3 часа	семинар 2 часа
Модел понашања корисника; Значај и улога модела; Теоријске основе модела понашања корисника; Класификација модела;	Неокласични економски модели; Марковљеви модели; Никозијин модел; Хауард-Шетов модел; Бетманов информациони модел избора корисника; Шет-Њумен-Гроскин модел вредности у потрошњи; Робинсон-Фарисов модел; Вебстер-Виндов модел; Нилсенов модел; Мултиваријационе технике;

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 7 (СЕДМА НЕДЕЉА):

предавања 3 часа	семинар 2 часа
Организовање и заштита корисника; Конзумеризам; Међународна димензија конзумеризма;	Узроци и развој конзумеризма; Основна права корисника; Базични проблеми корисника; Друштвена одговорност и конзумеризам;

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 8 (ОСМА НЕДЕЉА):

предавања 3 часа	семинар 2 часа
Маркетинг истраживања и информациони системи; Важност маркетинг истраживања; Типови маркетинг истраживања; <i>Ad hoc</i> истраживања;	Континуирана истраживања; Приступи спровођењу маркетинг истраживања; Фазе у процесу маркетинг истраживања;

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 9 (ДЕВЕТА НЕДЕЉА):

предавања 3 часа	семинар 2 часа
Сегментирање тржишта финалних производа; Сегментирање тржишта финалних корисника; Сегментирање пословних тржишта;	Критеријуми за успешну сегментацију; Циљни маркетинг; Позиционирање;

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 10 (ДЕСЕТА НЕДЕЉА):

предавања 3 часа	семинар 2 часа
Менаџмент производа и брэнда; Производ наспрам брэнда; Брендирање; Изградња брэнда; Питања везана за брэнд менаџмент; Управљање портфолијима брэндова и производа; Управљање брэндовима и линијама производа током времена: животни циклус производа;	Развој нових производа; Управљање процесом развоја нових производа; Етичка питања у вези са производима;

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 11 (ЈЕДНАЕСТА НЕДЕЉА):

предавања 3 часа	семинар 2 часа
Управљање маркетинг услугама; Јединствене карактеристике услуга; Маркетинг микс услуга; Управљање услужним предузећима;	Управљање продуктивношћу услуга; Управљање квалитетом услуга; Развој и менаџмент односа са корисницима;

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 12 (ДВАНАЕСТА НЕДЕЉА):

предавања 3 часа	семинар 2 часа
Основни методи за формирање цене; Кључни фактори који утичу на одлуке о формирању цене; Управљање променама цене;	Процене реакције конкурената; Реаговање на промене цене конкурената; Етичка питања везана за формирање цена;

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 13 (ТРИНАЕСТА НЕДЕЉА):

предавања 3 часа	семинар 2 часа
Интегрисане маркетинг комуникације; фазе у развоју кампање интегрисаних комуникација; Пропаганда; Унапређење продаје; Односи с јавношћу и публицитет; Спонзорства; Друга промотивна средства;	Маркетинг заснован на базама података; Менаџмент односа са корисницима; Директни маркетинг; Интернет маркетинг; Лична продаја; Менаџмент продаје; Етичка питања везана за технике директних комуникација;

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 14 (ЧЕТРНАЕСТА НЕДЕЉА):

предавања 3 часа	семинар 2 часа
Менаџмент дистрибуције; Типови дистрибутивних канала; Пословни канали; Услужни канали; Стратегија и менаџмент канала; Интеграција канала;	Малопродаја; Кључне маркетинг одлуке у малопродаји; Физичка дистрибуција; Транспорт; Управљање материјалима; Етичка питања у дистрибуцији;

НАСТАВНА ЈЕДИНИЦА 15 (ПЕТНАЕСТА НЕДЕЉА):

предавања 3 часа	семинар 2 часа
Процес маркетиншког планирања; Пословна мисија; Маркетинг ревизија; Маркетинг циљеви; Кључна стратегија; Конкурентске стратегије; Одабир конкурентске стратегије; Извори конкурентске предности;	Одлуке о маркетинг миксу; Организација и имплементација; Контрола; Користи од маркетинг планирања; Проблеми у спровођењу система планирања; Како решити проблеме везане за маркетинг планирање;

РАСПОРЕД ПРЕДАВАЊА

ФАРМАКОЛОШКА САЛА (С5)	
СУБОТА	НЕДЕЉА
10:00 – 16:45	10:00 – 14:30

РАСПОРЕД СЕМИНАРА

СУБОТА	НЕДЕЉА
17:00 – 21:30 (С5)	15:00 – 18:00 (С5)

РАСПОРЕД НАСТАВЕ ЗА ПРЕДМЕТ ТЕХНИКЕ И ИНСТРУМЕНТИ САВРЕМЕНОГ МАРКЕТИНГА У ЗДРАВСТВУ

модул	недеља	датум	време	место	тип	назив методске јединице	наставник
1	1	20.01.2018.	10:00 – 16:45	C5	П	Маркетинг концепт; Развој маркетинга; Маркетинг микс; Управљање маркетинг активношћу;	Проф. др Душан Ђурић
		20.01.2018.	17:00 – 21:30	C5	С	Опсег Маркетинга; Ефикасност наспрам ефективности; Маркетинг и пословне перформансе; Планирање маркетинг активности;	Асс. Радиша Павловић
	2	20.01.2018.	10:00 – 16:45	C5	П	Глобално маркетинг окружење; Економске силе; Европска унија; Друштвене силе;	Проф. др Душан Ђурић
		20.01.2018.	17:00 – 21:30	C5	С	Политичке и законске силе; Физичке силе; Технолошке силе; Микроокружење; Скенирање окружења;	Асс. Милена Јуришевић
	3	20.01.2018.	10:00 – 16:45	C5	П	Корисник у маркетинг истраживањима; основни појмови о понашању корисника; разлози истраживања понашања корисника;	Проф. др Душан Ђурић
		20.01.2018.	17:00 – 21:30	C5	С	Развој понашања корисника као научне дисциплине; интердисциплинарност понашања корисника; Истраживање потреба и мотива корисника;	Асс. Тамара Николић
	4	21.01.2018.	10:00 – 14:30	C5	П	Социолошке детерминанте понашања корисника; култура; друштвена класа и слој; друштвена улога и статус; релевантне и референтне групе; Лидери Мишљења; Породица; Стил живота;	Проф. др Душан Ђурић
		21.01.2018.	15:00 – 18:00	C5	С	Психолошки фактори понашања корисника; Процес информисања корисника; Процес учења; Личност; Ставови корисника; Мотивациона истраживања;	Доц. др Оливера Миловановић
	5	21.01.2018.	10:00 – 14:30	C5	П	Процес одлучивања корисника; Фазе процеса одлучивања; Врсте процеса одлучивања;	Проф. др Душан Ђурић
		21.01.2018.	15:00 – 18:00	C5	С	Тржиште производно-услугне потрошње; Процес одлучивања о куповини;	Проф. др Душан Ђурић

РАСПОРЕД НАСТАВЕ ЗА ПРЕДМЕТ ТЕХНИКЕ И ИНСТРУМЕНТИ САВРЕМЕНОГ МАРКЕТИНГА У ЗДРАВСТВУ

модул	недеља	датум	време	место	тип	назив методске јединице	наставник
2	6	27.01.2018.	10:00 – 16:45	C5	П	Модел понашања корисника; Значај и улога модела; Теоријске основе модела понашања корисника; Класификација модела;	Проф. др Душан Ђурић
		27.01.2018.	17:00 – 21:30	C5	С	Неокласични економски модели; Марковљеви модели; Никозијин модел; Хауард-Шетов модел; Бетманов информациони модел избора корисника; Шет-Њумен-Гроскин модел вредности у потрошњи; Робинсон-Фарисов модел; Вебстер-Виндов модел; Нилсенов модел; Мултиваријационе технике;	Асс. Радиша Павловић
	7	27.01.2018.	10:00 – 16:45	C5	П	Организовање и заштита корисника; Конзумеризам; Међународна димензија конзумеризма;	Проф. др Душан Ђурић
		27.01.2018.	17:00 – 21:30	C5	С	Узроци и развој конзумеризма; Основна права корисника; Базични проблеми корисника; Друштвена одговорност и конзумеризам;	Асс. Милена Јуришевић
	8	27.01.2018.	10:00 – 16:45	C5	П	Маркетинг истраживања и информациони системи; Важност маркетинг истраживања; Типови маркетинг истраживања; <i>Ad hoc</i> истраживања;	Проф. др Душан Ђурић
		27.01.2018.	17:00 – 21:30	C5	С	Континуирана истраживања; Приступ спровођењу маркетинг истраживања; Фазе у процесу маркетинг истраживања;	Асс. Тамара Николић
	9	28.01.2018.	10:00 – 14:30	C5	П	Сегментирање тржишта финалних производа; Сегментирање тржишта финалних корисника; Сегментирање пословних тржишта;	Проф. др Душан Ђурић
		28.01.2018.	15:00 – 18:00	C5	С	Критеријуми за успешну сегментацију; Циљни маркетинг; Позиционирање;	Доц. др Оливера Миловановић
	10	28.01.2018.	10:00 – 14:30	C5	П	Менаџмент производа и брэнда; Производ наспрам брэнда; Брэндирање; Изградња брэнда; Питања везана за брэнд менаџмент; Управљање портфолијима брэндова и производа; Управљање брэндовима и линијама производа током времена; животни циклус производа;	Проф. др Душан Ђурић

РАСПОРЕД НАСТАВЕ ЗА ПРЕДМЕТ ТЕХНИКЕ И ИНСТРУМЕНТИ САВРЕМЕНОГ МАРКЕТИНГА У ЗДРАВСТВУ

модул	недеља	датум	време	место	тип	назив методске јединице	наставник
		28.01.2018.	15:00 – 18:00	C5	C	Развој нових производа; Управљање процесом развоја нових производа; Етичка питања у вези са производима;	Проф. др Душан Ђурић
3	11	03.02.2018.	10:00 – 16:45	C5	П	Управљање маркетинг услугама; Јединствене карактеристике услуга; Маркетинг микс услуга; Управљање услужним предузећима;	Проф. др Душан Ђурић
		03.02.2018.	17:00 – 21:30	C5	C	Управљање продуктивношћу услуга; Управљање квалитетом услуга; Развој и менаџмент односа са корисницима;	Асс. Радиша Павловић
	12	03.02.2018.	10:00 – 16:45	C5	П	Основни методи за формирање цене; Кључни фактори који утичу на одлуке о формирању цене; Управљање променама цене;	Проф. др Душан Ђурић
		03.02.2018.	17:00 – 21:30	C5	C	Процене реакције конкурената; Реаговање на промене цене конкурената; Етичка питања везана за формирање цена;	Асс. Милена Јуришевић
	13	03.02.2018.	10:00 – 16:45	C5	П	Интегрисане маркетинг комуникације; фазе у развоју кампање интегрисаних комуникација; Пропаганда; Унапређење продаје; Односи с јавношћу и публицитет; Спонзорства; Друга промотивна средства;	Проф. др Душан Ђурић
		03.02.2018.	17:00 – 21:30	C5	C	Маркетинг заснован на базама података; Менаџмент односа са корисницима; Директни маркетинг; Интернет маркетинг; Лична продаја; Менаџмент продаје; Етичка питања везана за технике директних комуникација;	Асс. Тамара Николић
	14	04.02.2018.	10:00 – 14:30	C5	П	Менаџмент дистрибуције; Типови дистрибутивних канала; Пословни канали; Услужни канали; Стратегија и менаџмент канала; Интеграција канала;	Проф. др Душан Ђурић
		04.02.2018.	15:00 – 18:00	C5	C	Малопродаја; Кључне маркетинг одлуке у малопродаји; Физичка дистрибуција; Транспорт; Управљање материјалима; Етичка питања у дистрибуцији;	Доц. др Оливера Миловановић

РАСПОРЕД НАСТАВЕ ЗА ПРЕДМЕТ ТЕХНИКЕ И ИНСТРУМЕНТИ САВРЕМЕНОГ МАРКЕТИНГА У ЗДРАВСТВУ

модул	недеља	датум	време	место	тип	назив методске јединице	наставник
3	15	04.02.2018.	10:00 – 14:30	C5	П	Процес маркетиншког планирања; Пословна мисија; Маркетинг ревизија; Маркетинг циљеви; Кључна стратегија; Конкурентске стратегије; Одабир конкурентске стратегије; Извори конкурентске предности;	Проф. др Душан Ђурић
		04.02.2018.	15:00 – 18:00	C5	С	Одлуке о маркетинг миксу; Организација и имплементација; Контрола; Користи од маркетинг планирања; Проблеми у спровођењу система планирања; Како решити проблеме везане за маркетинг планирање;	Проф. др Душан Ђурић