

HR: Izazovi primjene održivog marketinga u visokom obrazovanju

Naziv projekta

EN: Challenges in Applying Sustainable Marketing in Higher Education

Šifra	025-7-2023
Znanstveno područje, polje i grana	Društvene znanosti, polje ekonomija, grana marketing
Vrsta istraživanja	Primijenjeno istraživanje
Vrijeme trajanja istraživanja	1 godina
Vrijednost projekta	2.100,00 eur
Izvor financiranja	FMTU
Ključne riječi	Održivi marketing; visoko obrazovanje; studenti; kvaliteta usluge
Sažetak	<p>HR: Ovaj istraživački projekt usmjeren je na izazove i mogućnosti primjene održivog marketinga u visokom obrazovanju fokusirajući se na kvalitetu pružene usluge visokoobrazovne institucije doživljenu od strane studenata kao glavnih korisnika. Iako postojeća znanstvena literatura ima širok spektar istraživanja u smislu održivosti, utvrđen je nedostatak istraživanja koja ispituju održivi marketing u području visokoobrazovnih institucija. Sveobuhvatno istraživanje na primjeru Sveučilišta u Rijeci provedeno je 2019. godine u okviru doktorske disertacije (Meštrović, 2022). Ovim istraživanjem želi se ponovno ispitati zadovoljstva studenata kvalitetom usluge među svim sastavnicama Sveučilišta u Rijeci te usporediti podatke s prethodnim istraživanjem kako bi se utvrdio eventualni napredak.</p> <p>Dosadašnja istraživanja navode da poslovni subjekti implementacijom održivog marketinga imaju višestruke prednosti, a što se ovim istraživanjem nastoji dokazati. Na temelju pregleda relevantne znanstvene literature i prethodno provedenog istraživanja definirane su hipoteze o povezanosti održivog marketinga i uspješnosti poslovanja visokoobrazovne institucije kroz kvalitetu pružene usluge svojim glavnim korisnicima.</p> <p>Rezultati istraživanja mogu pridonijeti boljem razumijevanju uloge održivog marketinga u visokom obrazovanju te pružiti smjernice za njegovu širu primjenu u cilju postizanja održivijeg i društveno odgovornijeg akademskog okruženja.</p> <p>EN: This research project addresses the challenges and opportunities of applying sustainable marketing in HEI, focusing on quality of the HEIs services perceived by students as the primary users. Although the existing academic literature contains a wide range of research on sustainability, a lack of research examining sustainable marketing in HEIs has been identified. A comprehensive study using the University of Rijeka as an example was conducted in 2019 as part of a dissertation (Meštrović, 2022). This research aims to re-examine student satisfaction with the service quality of all components of the University of Rijeka and compare the data with previous research to identify possible progress.</p> <p>Available research suggests that organisations gain numerous benefits by implementing the assumptions of sustainable marketing, which this research attempts to prove. Based on a review of the relevant academic literature and previously conducted research, hypotheses were made regarding the relationship between sustainable marketing and the success of HEIs which is reflected in the quality of higher education performance.</p> <p>The research findings can contribute to a better understanding of the role of sustainable marketing in HEI and provide guidelines for its broader application to create a more sustainable and socially responsible academic environment.</p>

ISTRAŽIVAČKI TIM

Voditelj/ica projekta	Izv.prof.dr.sc. Lidija Bagarić Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu lidijab@fthm.hr https://scholar.google.com/citations?user=fzmuBjwAAAAJ&hl=hr ; https://orcid.org/0000-0002-1203-0050
------------------------------	---

