



| OPĆE INFORMACIJE                             |                                                                                    |                     |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| Nositelj kolegija                            | <i>izv. prof. dr. sc. Lidija Bagarić</i>                                           |                     |
| Naziv kolegija                               | <b>Marketing u zdravstvenom turizmu</b>                                            |                     |
| Studijski program                            | <b>Specijalistički studij „Upravljanje održivim razvojem zdravstvenog turizma“</b> |                     |
| Status kolegija                              | <b>Obvezni</b>                                                                     |                     |
| Godina                                       | <b>1.</b>                                                                          |                     |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata                                             | <b>6 ECTS-a</b>     |
|                                              | Broj sati (P+V+S)                                                                  | <b>20 (10+0+10)</b> |

| OPIS KOLEGIJA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                       |                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.1. Ciljevi kolegija                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                       |                                                                                                                                |
| <p><b>Cilj ovog predmeta je upoznavanje studenata s primjenom koncepcije marketinga u zdravstvenom turizmu kao rastućem segmentu turističke ponude. Od studenata se očekuje da razumiju i pravilno interpretiraju koncepciju marketinškog miksa usluga 7P te kritički promišljaju o konceptima i mogućnostima primjene marketinških strategija i kanala komunikacije u zdravstvenom turizmu. Kroz suradnju s vodećim stručnjacima, studente će se direktno upoznati s primjerima dobre prakse.</b></p>                                                                  |                                                                                                       |                                                                                                                                |
| 1.2. Uvjeti za upis kolegija                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                       |                                                                                                                                |
| <b>Nema.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                       |                                                                                                                                |
| 1.3. Očekivani ishodi učenja za kolegij                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                       |                                                                                                                                |
| <p><b>Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:</b></p> <p><b>1) pravilno interpretirati koncept marketing miksa uslužnih djelatnosti 7P</b></p> <p><b>2) identificirati i klasificirati specifične segmente (niše) na tržištu zdravstvenog turizma</b></p> <p><b>3) analizirati i kritički prosuđivati primjene različitih marketinških strategija u praksi</b></p> <p><b>4) odabrati prikladne oblike komunikacije u zdravstvenom turizmu</b></p> <p><b>5) predložiti aktivnosti za praćenje zadovoljstva korisnika zdravstvenih usluga</b></p> |                                                                                                       |                                                                                                                                |
| 1.4. Sadržaj kolegija                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                       |                                                                                                                                |
| <p><b>Uloga marketinga u zdravstvenom turizmu. Odabir ciljnog tržišta i specifične niše zdravstvenog turizma. Održive marketinške strategije u uslužnim djelatnostima 7P. Digitalno brendiranje zdravstvenih usluga. Jačanje vlastitog brenda putem društvenih mreža. Marketinška komunikacija u zdravstvenom turizmu. Održiva kvaliteta usluga i zadovoljstvo korisnika. Upravljanje odnosima s korisnicima u zdravstvenom turizmu.</b></p>                                                                                                                            |                                                                                                       |                                                                                                                                |
| 1.5. Vrste izvođenja nastave (staviti X)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | x predavanja<br>x seminari i radionice<br><input type="checkbox"/> vježbe<br>X obrazovanje na daljinu | X samostalni zadaci<br><input type="checkbox"/> multimedija i mreža<br><input type="checkbox"/> laboratorij<br>X mentorski rad |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |   |                              |   |                                           |                                       |                     |   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------------------------------|---|-------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------|---|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |   |                              |   | <input type="checkbox"/> terenska nastava | <input type="checkbox"/> ostalo _____ |                     |   |
| 1.6. Obveze studenata                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   |                              |   |                                           |                                       |                     |   |
| <b>Pohađanje nastave i sudjelovanje u nastavnim aktivnostima kroz rasprave na predavanjima te grupne i samostalne zadatke.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |   |                              |   |                                           |                                       |                     |   |
| 1.7. Praćenje rada studenata (dodati X uz odgovarajući oblik praćenja)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   |                              |   |                                           |                                       |                     |   |
| Pohađanje nastave                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | X | Aktivnost u nastavi          |   | Seminarski rad                            |                                       | Eksperimentalni rad |   |
| Pismeni ispit                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |   | Usmeni ispit                 | X | Esej                                      |                                       | Istraživanje        |   |
| Projekt                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | X | Kontinuirana provjera znanja |   | Referat                                   |                                       | Praktični rad       | X |
| Portfolio                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |   |                              |   |                                           |                                       |                     |   |
| 1.8. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |   |                              |   |                                           |                                       |                     |   |
| <b>Postupak vrednovanja ishoda učenja u skladu je sa elementima praćenja rada studenata navedenim pod točkom 1.7. (Pohađanje nastave 1; Projekt 4; Praktični rad 2.5; Usmeni ispit 1.5; ukupno 9 ECTS bodova) i Pravilnikom o studijima UNIRI.</b>                                                                                                                                                                              |   |                              |   |                                           |                                       |                     |   |
| 1.9. Obvezna literatura i broj primjeraka u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na kolegiju                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |   |                              |   |                                           |                                       |                     |   |
| Naslov                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   |                              |   | Broj primjeraka                           |                                       | Broj studenata      |   |
| <b>Puczko L., Stackpole I. (2021) Marketing Handbook for Health Tourism. Stackpole &amp; Associate</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   |                              |   | <b>1</b>                                  |                                       | 20                  |   |
| <b>Laškarin Ažić, M. (2018). Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                  |   |                              |   | <b>3</b>                                  |                                       | 20                  |   |
| 1.10. Dopunska literatura                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |   |                              |   |                                           |                                       |                     |   |
| 1. Busbin J., Self D. (2017) Marketing for Health and Wellness Programs. Routledge.<br>2. Yildirim HH. (2020). Branding in Health Tourism: A Strategic Business Model Proposal for Countries. Second Edition. Health Policy Books (eBook). Absam Publishing, Ankara.<br>3. Krajnović, A., Sikirić, D. & Hordov, M. (2019). Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije. Zadar: Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju. |   |                              |   |                                           |                                       |                     |   |
| 1.11. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |   |                              |   |                                           |                                       |                     |   |
| <b>Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu za kvalitetu Sveučilišta u Rijeci.</b>                                                                                                                                         |   |                              |   |                                           |                                       |                     |   |