

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

OPIS KOLEGIJA		
1.1. Ciljevi kolegija		
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.		
1.2. Uvjeti za upis kolegija		
Nema.		
1.3. Očekivani ishodi učenja za kolegij		
Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban: 1) pravilno interpretirati koncept marketing miksa uslužnih djelatnosti 7P 2) identificirati i klasificirati specifične segmente (niše) na tržištu zdravstvenog turizma 3) analizirati i kritički prosuđivati primjene različitih marketinških strategija u praksi 4) odabrati prikladne oblike komunikacije u zdravstvenom turizmu 5) predložiti aktivnosti za praćenje zadovoljstva korisnika zdravstvenih usluga		
1.4. Sadržaj kolegija		
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.		
1.5. Vrste izvođenja nastave (staviti X)	x predavanja x seminari i radionice ☐ vježbe X obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	X samostalni zadaci ☐ multimedija i mreža ☐ laboratorij X mentorski rad ☐ ostalo _____
1.6. Obveze studenata		
Pohađanje nastave i sudjelovanje u nastavnim aktivnostima kroz rasprave na predavanjima te grupne i		

samostalne zadatke.							
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							
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.							
1.9. Obvezna literatura i broj primjeraka u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na kolegiju							
Naslov				Broj primjeraka		Broj studenata	
Puczko L., Stackpole I. (2021) Marketing Handbook for Health Tourism. Stackpole & Associate				1		20	
Laškarin Ažić, M. (2018). Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.				3		20	
1.10. Dopunska literatura							
1. Busbin J., Self D. (2017) Marketing for Health and Wellness Programs. Routledge. 2. Yildırım HH. (2020). Branding in Health Tourism: A Strategic Business Model Proposal for Countries. Second Edition. Health Policy Books (eBook). Absam Publishing, Ankara. 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							
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.							