

## S A D R Ž A J

IZVOD RADA.....	5
1. UVODNA RAZMATRANJA .....	1
1.1. Uvod.....	1
1.2. Cilj rada.....	2
1.3. Predmet rada.....	5
1.4. Hipoteze rada.....	6
1.5. Metode korištene u radu.....	7
2. TEORIJSKI DIO RADA .....	9
2.1. Marketing i pojam usluge.....	9
2.1.1. Definicija usluga .....	9
2.1.2. Obilježja usluga .....	10
2.1.3. Klasifikacija usluga.....	11
2.2. Značaj medicinske rehabilitacije u zdravstvenom turizmu .....	12
2.2.1. Zdravstveni turizam .....	13
2.2.1.1. Pojam i definicija zdravstvenog turizma .....	14
2.2.1.2. Zdravstveni turizam kroz istoriju .....	15
2.2.1.3. Istorija zdravstvenog turizma na našim prostorima.....	17
2.2.1.4. Oblici zdravstvenog turizma.....	20
2.2.2. Medicinski turizam .....	20
2.2.3. Banjski turizam .....	22
2.2.4. Wellness turizam.....	24
2.3. Medicinska rehabilitacija u zdravstvenom turizmu .....	26
2.3.1. Usluge medicinske rehabilitacije u zdravstvenom turizmu .....	28
2.3.2. Teorijski koncept i značaj usluga medicinske rehabilitacije u zdravstvenom turizmu	29
2.4. Determinisanje usluga medicinske rehabilitacije i usluga kao koncepta marketing miksa	31
2.4.1. Determinisanje usluga medicinske rehabilitacije u zdravstvenom turizmu.....	31
2.4.2. Determinisanje usluge kao koncepta marketing miksa 4P .....	33
2.4.3. Upravljanje marketinškim aktivnostima u uslužnim kompanijama.....	34
2.5. Marketing i promocija ( koncept 4P) .....	37
2.6. Promotivni miks .....	40
2.6.1. Ekonomska propaganda kao oblik javnog oglašavanja .....	41

2.6.2.	Odnosi s javnošću .....	43
2.6.3.	Publicitet .....	45
2.6.4.	Lična prodaja i direktan marketing .....	46
2.6.5.	Unapređivanje prodaje u zdravstvenom turizmu .....	50
2.6.6.	Značaj interneta u promociji zdravstvenog turizma.....	51
2.6.7.	Praktični značaj koncepta promotivnog miksa usluga medicinske rehabilitacije 55	
2.6.8.	Dosadašnja istraživanja o prednostima i nedostacima promocije usluga medicinske rehabilitacije .....	56
3.	ISTRAŽIVAČKI DIO RADA.....	58
3.1.	Tržište zdravstvenog turizma .....	58
3.1.1.	Potražnja usluga medicinske rehabilitacije u zdravstvenom turizmu .....	59
3.1.2.	Ponuda usluga medicinske rehabilitacije u zdravstvenom turizmu .....	61
3.1.3.	Zdravstveni turizam danas- statistika i trendovi vodećih svjetskih destinacija .	63
3.1.4.	Potencijali medicinske rehabilitacije kao dijela zdravstvenog turizma u Republici Srpskoj .....	65
3.2.	Dosadašnja istraživanja o korištenju promotivnog miksa usluga medicinske rehabilitacije .....	69
3.3.	Dosadašnji praktični značaj i rezultati promotivnih aktivnosti usluga medicinske rehabilitacije .....	72
3.4.	Novi koncept promocije usluga medicinske rehabilitacije .....	77
3.4.1.	Definisanje komunikacijskih ciljeva.....	80
3.4.2.	Izbor promotivnog miksa usluga i njegova razrada.....	82
3.4.3.	Savremeni tržišni trendovi u zdravstvenom turizmu .....	85
3.4.4.	Ključni faktori uspjeha koji utiču na promociju u zdravstvenom turizmu .....	86
4.	REZULTATI I DISKUSIJA.....	92
5.	ZAKLJUČNA RAZMATRANJA U RADU.....	97
6.	LITERATURA .....	100
7.	PRILOZI.....	103
7.1.	ANKETA .....	103
7.2.	BIOGRAFIJA KANDIDATA.....	106
8.	POPIS SLIKA, TABELA I GRAFIKONA.....	109
8.1.	Popis slika .....	109
8.2.	Popis tabela .....	109
8.3.	Popis grafikona.....	110