



SYLABUS
DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2020-2022
(skrajne daty)

1.1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Zarządzanie i marketing
Kod przedmiotu*	
Nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Kolegium Nauk Medycznych
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Instytut Fizjoterapii
Kierunek studiów	Fizjoterapia
Poziom kształcenia	Studia II stopnia
Profil	Ogólnoakademicki
Forma studiów	Niestacjonarne
Rok i semestr studiów	I rok, 2 semestr
Rodzaj przedmiotu	Przedmiot kształcenia treści podstawowych
Język wykładowy	Polski
Koordinator	mgr Anna Gałat
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	mgr Anna Gałat - wykład

* - *opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce*

1.2. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

Semestr (nr)	Wykł.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	GN	Liczba pkt ECTS
1	15	-	-	-	-	-	-	10	1

1.3. Sposób realizacji zajęć

zajęcia w formie tradycyjnej

zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.4. Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

2. WYMAGANIA WSTĘPNE

Ogólne wiadomości z zakresu zarządzania i marketingu oraz z zakresu przedmiotu Przedsiębiorczość na poziomie szkoły średniej.

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE

3.1. Cele przedmiotu

C1	Celem kształcenia z ww. przedmiotu jest zapoznanie studentów z zagadnieniami, metodami oraz instrumentami z zakresu zarządzania i marketingu stosowanymi w ochronie zdrowia i fizjoterapii.
C2	Zdobycie wiedzy na temat możliwości zatrudniania osób z niepełnosprawnościami.
C3	Zdobycie umiejętności dotyczących zasad współdziałania w zespole terapeutycznym w ramach placówki prowadzącej działalność fizjoterapeutyczną.
C2	Zdobycie wiedzy z zakresu działania i organizacji usług zdrowotnych na rynku w Polsce i innych państwach.

3.2 EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych
EK_01	Zna ekonomiczne uwarunkowania fizjoterapii w zależności od struktury organizacyjnej systemu ochrony zdrowia na poziomie krajowym i globalnym.	K_W17
EK_02	Posiada podstawową wiedzę w zakresie organizacji i zarządzania placówkami prowadzącymi działalność fizjoterapeutyczną, jak również kierowania zespołem terapeutycznym.	K_W19
EK_03	Posiada wiedzę na temat możliwości zatrudnienia osób z różnymi dysfunkcjami.	K_W30
EK_04	Zna i potrafi stosować zasady współpracy i komunikowania się w pracach zespołu wielodyscyplinarnego oraz kierować zespołem terapeutycznym, organizować i zarządzać placówkami prowadzącymi działalność fizjoterapeutyczną.	K_U11
EK_05	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.	K_K15

3.3 TREŚCI PROGRAMOWE

A. Problematyka wykładu

Treści merytoryczne
Przedstawienie charakterystyki przedmiotu i realizowanych zagadnień oraz formy zaliczenia przedmiotu. Przedstawienie wymaganego piśmiennictwa podstawowego i uzupełniającego. Marketing w usługach medycznych.
Marketingowy system informacji. Badania rynku usług fizjoterapeutycznych.
Pojęcie marketingu mix.
Specyfika postępowania konsumentów na rynku usług zdrowotnych.
Zarządzanie w sektorze publicznym i prywatnym.
Zarządzanie: informacją, zasobami ludzkimi.
Struktury organizacyjne w ochronie zdrowia.
Zachowania organizacyjne: motywacja, przywództwo. Zasady komunikacji w pracach zespołu wielodyscyplinarnego na różnych poziomach.
Kontrola a controlling służby zdrowia i jakości usług medycznych.

Zarządzanie marketingowe.
Możliwości i zasady zatrudniania osób z różnymi dysfunkcjami.
Zaliczenie przedmiotu

3.4 METODY DYDAKTYCZNE

Wykład: Wykład multimedialny (informacyjny oraz problemowy), dyskusja dydaktyczna.

Praca własna studenta: praca z książką.

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody oceny efektów uczenia się (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć)	Forma zajęć dydaktycznych (w, ćw, ...)
EK_01, EK_02, EK_03	Kolokwium pisemne (pytania testowe, pytania opisowe).	W.
EK_04, EK_05	Praca zaliczeniowa	W

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

Wykład:

Ocena wiedzy (EK_01, EK_02, EK_03):

Kolokwium pisemne (pytania testowe oraz pytania opisowe)

Zakres ocen: 2.0-5.0

5.0 – wykazuje znajomość treści kształcenia na poziomie 93%-100%

4.5 – wykazuje znajomość treści kształcenia na poziomie 85%-92%

4.0 – wykazuje znajomość treści kształcenia na poziomie 77%-84%

3.5 – wykazuje znajomość treści kształcenia na poziomie 69%-76%

3.0 – wykazuje znajomość treści kształcenia na poziomie 60%-68%

2.0 – wykazuje znajomość treści kształcenia poniżej 60%

Ocena umiejętności i kompetencji (EK_04, EK_05)

Przygotowanie pracy zaliczeniowej w grupach na temat zadany przez prowadzącego dotyczący rozwiązywania problemów związanych z zarządzaniem i marketingiem usług medycznych

ZAL – Studenci w sposób wyczerpujący przeanalizowali problem i zaproponowali rozsądne rozwiązanie problemu związanego z zarządzaniem i marketingiem usług medycznych.

NZAL – Studenci nie zaproponowali rozsądnego rozwiązania problemu związanego z zarządzaniem i marketingiem usług medycznych lub nie przygotowali pracy zaliczeniowej.

*Ocenę pozytywną z przedmiotu można otrzymać
wyłącznie pod warunkiem uzyskania pozytywnej oceny
za każdy z ustanowionych efektów uczenia się.*

Istnieje możliwość zmiany formy zajęć oraz zaliczeń: kontaktowa / zdalna / hybrydowa zależnie od bieżącej sytuacji epidemicznej i po uzyskaniu zgody kierownika kierunku .

5. Całkowity nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia założonych efektów w godzinach oraz punktach ECTS

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów	15
Inne z udziałem nauczyciela akademickiego (udział w konsultacjach, egzaminie)	2
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.)	8
SUMA GODZIN	25
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	1

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

Wymiar godzinowy	-
Zasady i formy odbywania praktyk	-

7. LITERATURA

Literatura podstawowa:

1. Bukowska-Piestrzyńska A. Marketing usług zdrowotnych Agnieszka Bukowska – Piestrzyńska CeDeWU, Warszawa 2019, wyd.7.
2. Broniewicz T (red). Badania Kliniczne, CeDeWu, 2016. Walkowiak R, Lewandowski R (red.) Zarządzenia w ochronie zdrowia. Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania, 2011.
3. Czerw A. (red.). Marketing w ochronie zdrowia. DIFIN, Warszawa 2010.

Literatura uzupełniająca:

1. Griffin R. Podstawy zarządzania organizacjami. PWN, Warszawa 2012.
2. Bartosik-Purgat M. New media in the marketing communication : of enterprises in the international market. PWN, Warszawa 2019.
3. Zadro JR, O'Keeffe M, Maher CG. Evidence-Based physiotherapy needs evidence-based marketing. British Journal of Sport Medicine. <http://dx.doi.org/10.1136/bjsports-2018-099749>.

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej