



**SYLABUS**  
**DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2019-2024**  
(skrajne daty)

**1.1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu	<b>Zarządzanie i marketing</b>
Kod przedmiotu*	
Nazwa jednostki prowadzącej kierunek	<b>Kolegium Nauk Medycznych</b>
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	<b>Instytut Nauk o Zdrowiu</b>
Kierunek studiów	<b>Fizjoterapia</b>
Poziom kształcenia	<b>Jednolite studia magisterskie</b>
Profil	<b>Ogólnoakademicki</b>
Forma studiów	<b>Niestacjonarne</b>
Rok i semestr studiów	<b>I rok, 2 semestr</b>
Rodzaj przedmiotu	<b>Nauki ogólne</b>
Jezyk wykładowy	<b>Polski</b>
Koordinator	<b>mgr Anna Galat</b>
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	<b>mgr Anna Galat</b>

\* - *opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce*

**1.2. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS**

Semestr (nr)	Wykl.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	Inne (GN)	Liczba pkt ECTS
2	15	-	-	-	-	-	-	15	1

**1.3. Sposób realizacji zajęć**

zajęcia w formie tradycyjnej

X 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**

Wiadomości z zakresu Marketing i Zarządzanie / Przedsiębiorczość na poziomie szkoły średniej.
---

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

**3.1. Cele przedmiotu**

<b>C1</b>	Celem kształcenia z ww. przedmiotu jest zapoznanie studentów z zagadnieniami, metodami oraz instrumentami z zakresu zarządzania i marketingu stosowanymi w ochronie zdrowia i fizjoterapii.
<b>C2</b>	Zdobycie wiedzy z zakresu działania usług zdrowotnych na rynku w Polsce i innych państwach
<b>C3</b>	Zdobycie wiedzy z zakresu kierowania zespołem badawczym i terapeutycznym
<b>C4</b>	Zdobycie umiejętności przeprowadzania uproszczonych analiz rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu fizjoterapii

### 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 i rozumie zasady kierowania zespołem terapeutycznym oraz organizacji i zarządzania podmiotami prowadzącymi działalność rehabilitacyjną	B.W16.
EK_02	Zna i rozumie zasady zatrudniania osób z różnym stopniem niepełnosprawności	B.W17.
EK_03	Zna i rozumie zasady etyczne współczesnego marketingu medycznego	B.W18.
EK_04	Zna i rozumie zasady przeprowadzania uproszczonej analizy rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu fizjoterapii	B.W19.
EK_05	Zna i rozumie zasady kierowania zespołem badawczym	B.W25.
EK_06	Potrafi przeprowadzić uproszczoną analizę rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu fizjoterapii	B.U7.

### 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- analiza piśmiennictwa.
Pojęcie marketingu mix.
Specyfika postępowania konsumentów na rynku usług zdrowotnych- analiza piśmiennictwa.
Zarządzanie w sektorze publicznym i prywatnym.
Zarządzanie: informacją, zasobami ludzkimi, zespołem badawczym - analiza piśmiennictwa.
Zachowania organizacyjne: motywacja, przywództwo.
Kontrola a controlling służby zdrowia i jakości usług medycznych- analiza piśmiennictwa.
Zarządzanie marketingowe.
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_3, EK_04, EK_5	Kolokwium pisemne (pytania testowe, pytania opisowe).	W.
EK_06	REFERAT	W

## 4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

### Wykład:

#### Ocena wiedzy (EK\_01, EK\_02, EK\_3, EK\_04, EK\_05):

Kolokwium zaliczeniowe pisemne – Aby zaliczyć każdy z efektów kształcenia należy odpowiedzieć prawidłowo na minimum 1 pytanie i suma uzyskanych punktów z kolokwium zaliczeniowego musi wynieść minimum 60 %

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 (EK\_06)

Referat na temat zadany przez prowadzącego – PRACA GRUPOWA

Zal – student prawidłowo przygotował referat, dobrze przeprowadził analizę rynku fizjoterapeutycznego

NZal – student niewłaściwie przeprowadził analizę rynku fizjoterapeutycznego lub nie oddał 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.)	1
<b>SUMA GODZIN</b>	<b>30</b>
<b>SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS</b>	<b>1</b>

## 6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

Wymiar godzinowy	-
Zasady i formy odbywania praktyk	-

## 7. LITERATURA

### **Literatura podstawowa:**

1. Bukowska-Piastrzyńska A. Marketing usług zdrowotnych Agnieszka Bukowska – Piastrzyńska CeDeWU, Warszawa 2019, wyd.7
2. Marketing w ochronie zdrowia, Aleksandra Czerw, Difin 2010

### **Literatura uzupełniająca:**

1. Podstawy zarządzania organizacjami / Ricky W. Griffin ; przekł. [z ang.] Michał Rusiński ; red. nauk. przekł. Zofia Mikołajczyk. - Wyd. 2 zm., dodr. 7. - Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN , 2012.
2. Kierowanie Stoner James A.F. Wydawnictwo PWE, Warszawa 2011
3. Zarządzanie w ochronie zdrowia: finanse i zasoby ludzkie / pod red. Ryszarda Walkowiaka, Romana Lewandowskiego. - Olsztyn: Olsztyńska Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania im. prof. T. Kotarbińskiego, 2011.
4. Dobska M., Dobski P., Marketing usług medycznych, Wyd. Prawno-Ekonomiczne, Warszawa 1999.
5. Kotler Ph., Marketing – podręcznik europejski, Wyd. FELBERG SJA, Warszawa 2002.
6. Teresa Brodniewicz (red.) Badania kliniczne Wyd. CEDEWU, 2016.

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej