



**SYLABUS**  
**DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2022-2027**  
(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>
Język wykładowy	<b>Polski</b>
Koordinator	<b>Mgr Anna Piątek</b>
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	Mgr Anna Piątek - wykład

\* - *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	-	-	-	-	-	-	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**

Wiadomości z zakresu Marketing i Zarządzanie
--

### 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 z zakresu działania usług zdrowotnych na rynku w Polsce i innych państwach
C3	Zdobycie wiedzy z zakresu kierowania zespołem badawczym i terapeutycznym
C4	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 etyczne współczesnego marketingu medycznego	B.W18.
EK_03	Zna i rozumie zasady przeprowadzania uproszczonej analizy rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu fizjoterapii	B.W19.
EK_04	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.

**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	Przygotowanie referatu na temat zadany przez prowadzącego	W

### 4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

**Wykład:**

**Ocena wiedzy (EK\_01, EK\_02, EK\_03):**

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\_04)**

Referat na temat zadany przez prowadzącego związany z analizą rynku dla potrzeb fizjoterapii – 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.)	8
<b>SUMA GODZIN</b>	<b>25</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, CeDeWU, Warszawa 2019, wyd.7.
2. Broniewicz T (red). Badania Kliniczne, CeDeWu, 2016.
3. Walkowiak R, Lewandowski R (red.) Zarządzenie w ochronie zdrowia. Olsztyńska Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania, 2011.
4. Czerw A. (red.). Marketing w ochronie zdrowia. DIFIN, Warszawa 2010.

### Literatura uzupełniająca:

1. Czubała A., Niestrój R., Pabian A. Marketing w przedsiębiorstwie – ujęcie operacyjne, PWE, Warszawa 2020.
2. Korzeniowski L. Podstawy zarządzania organizacjami.. Difin, , Warszawa 2019.
3. Bartosik-Purgat M. New media in the marketing communication : of enterprises in the international market. PWN, Warszawa 2019.
4. Zadro JR, O'Keefe 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