

SYLABUS PRZEDMIOTU

Zarządzanie i marketing

Liczba punktów ECTS: 0,5

Kod Przedmiotu: B12

Kategoria przedmiotu/modułu: Nauki ogólne

Kierunek studiów:	Fizjoterapia
Forma studiów:	Stacjonarne
Poziom studiów:	Jednolite studia magisterskie
Profil studiów	Praktyczny
Jednostka prowadząca:	Wydział Nauk o Zdrowiu
Język wykładowy:	Polski
Koordynator przedmiotu:	

1. Sumaryczna liczba godzin

Forma kształcenia		Łączna liczba godzin
Bezpośredni kontakt z nauczycielem akademickim	Wykład	-
	Laboratoria	-
	Ćwiczenia	-
	Seminaria	10
Godziny studenta		5
SUMA GODZIN		15

2. Formy zaliczenia przedmiotu

Forma zajęć	Liczba godzin	Semestr	Rok studiów	Forma zaliczenia przedmiotu (E, Z/O, Z)
Wykład	-	-	-	-
Seminaria	10	I	I	Z/O
Ćwiczenia	-	-	-	-

3. Cel przedmiotu

- C1.** Poznanie podstawowych zasad zarządzania przedsiębiorstwem prowadzącym usługi zdrowotne
- C2.** Poznanie uwarunkowań ekonomiczno-prawnych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej w zakresie usług fizjoterapeutycznych
- C3.** Poznanie procesów ukierunkowujących, motywujących oraz integrujących zespół pracowniczy wokół osiągnięcia celów przedsiębiorstwa
- C4.** Poznanie podstawowych zasad marketingu
- C5.** Praktyczna umiejętność stosowania narzędzi promocji i zasad skutecznej komunikacji marketingowej

4. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i postaw

1. Umiejętność pracy samodzielnej
2. Umiejętność pracy zespołowej
3. Brak konieczności poprzedzenia przedmiotami wprowadzającymi

5. Oczekiwane efekty uczenia się

Nr efektu	Szczegółowe efekty uczenia się (wg. STANDARDU KSZTAŁCENIA PRZYGOTOWUJĄCEGO DO WYKONYWANIA ZAWODU FIZJOTERAPEUTY Dz. U. 2019 poz. 1573)	Metody weryfikacji efektów uczenia się (egzamin, kolokwium, prezentacja, praca samokształceniowa, dyskusja, dziennik, obserwacja pracy studenta, analiza przypadku,)			
		Praca samokształceni owa	Zaliczenie	Obserwacja pracy studenta	Egzamin
Wiedza W zakresie wiedzy absolwent zna i rozumie:					
B.W15.	zasady organizacji i finansowania systemu ochrony zdrowia w Polsce oraz ekonomiczne uwarunkowania udzielania świadczeń z zakresu fizjoterapii	+	+		
B.W16.	zasady kierowania zespołem terapeutycznym oraz organizacji i zarządzania podmiotami prowadzącymi działalność rehabilitacyjną	+	+		
B.W17.	zasady zatrudniania osób z różnym stopniem niepełnosprawności	+	+		
B.W18.	zasady etyczne współczesnego marketingu medycznego	+	+		
B.W19.	zasady przeprowadzania uproszczonej analizy rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu fizjoterapii zasady etyczne współczesnego marketingu medycznego	+	+		
B.W20.	historię fizjoterapii oraz kierunki rozwoju nauczania zawodowego, a także światowe organizacje fizjoterapeutyczne i inne organizacje zrzeszające fizjoterapeutów	+	+		
B.W21.	narzędzia informatyczne służące do opracowywania i przedstawiania danych oraz rozwiązywania problemów	+	+		
Umiejętności W zakresie umiejętności absolwent potrafi					
B.U6.	oszacować koszt postępowania fizjoterapeutycznego		+	+	
B.U7.	przeprowadzić uproszczoną analizę rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu		+	+	
B.U8.	identyfikować podstawowe problemy etyczne dotyczące współczesnej medycyny, ochrony życia i zdrowia		+	+	

B.U12.	komunikować się ze współpracownikami w ramach zespołu, udzielając im konstruktywnej informacji zwrotnej i wsparcia		+	+	
---------------	--	--	---	---	--

6. Kryteria oceny efektów uczenia się

na ocenę 2.0	na ocenę 3.0	na ocenę 3.5	na ocenę 4.0	na ocenę 4.5	na ocenę 5
Student nie opanował zakładanych efektów uczenia się	Student opanował zakładane efekty uczenia się w zakresie 55-64%	Student opanował zakładane efekty uczenia się w zakresie 65-74%	Student opanował zakładane efekty uczenia się w zakresie 75-84%	Student opanował zakładane efekty uczenia się w zakresie 85-94%	Student opanował zakładane efekty uczenia się w zakresie 95-100%

7. Treści programowe

L.p.	Tematyka
1.	Wprowadzenie do tematyki zajęć – przegląd zagadnień z zakresu zarządzania, marketingu i promocji.
2.	Formy działalności gospodarczej.
3.	Przegląd przepisów dotyczących funkcjonowania placówki służby zdrowia.
4.	Obowiązki pracodawcy i pracownika.
5.	Istota zarządzania marketingowego.
6.	Zaliczenie przedmiotu.

8. Narzędzia dydaktyczne

(prezentacja multimedialna, programy komputerowe, filmy, plansze, sprzęt specjalistyczny, narzędzia, odczynniki)

Rzutnik multimedialny, tablice edukacyjne, przepisy prawne

9. Literatura podstawowa i uzupełniająca

Literatura podstawowa:

1. Marketing”, Philip Kotler, - Wydawnictwo Rebis, Styczeń 2005
2. Griffin R.W. Podstawy zarządzania organizacjami PWN Warszawa 2002
3. Stoner J., Wankel Ch. Kierowanie PWN Warszawa 1996
4. Holly R. Suhecka J. Szpital publiczny w polskim systemie ochrony zdrowia. Agencja wydawnicza SOWA Łódź-Warszawa 2009

Literatura uzupełniająca:

1. Dobska M., Dobski P. Marketing usług medycznych. Wyd. Prawno-Ekonomiczne INFOR warszawa 1999
2. Ludwicyński A. Szkolenie i rozwój pracowników a sukces firmy. Polska Fundacja Promocji Kadr Warszawa 1999

Sylabus obowiązuje dla naboru od: 1 października 2024 r.