

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 założeniem i prowadzeniem działalności gospodarczej w zakresie usług fizjoterapeutycznych
- C3.** Poznanie zasad kierowania zespołem terapeutycznym i zatrudniania osób z różnym stopniem niepełnosprawności
- C4.** Poznanie podstawowych zasad marketingu
- C5.** Praktyczna umiejętność analizy rynku dla celów uruchomienia działalności gospodarczej oraz kalkulacji kosztów prowadzenia takiej działalności

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 ryнку dla potrzeb planowania działań z zakresu fizjoterapii		+		
Umiejętności W zakresie umiejętności absolwent potrafi					
B.U6.	oszacować koszt postępowania fizjoterapeutycznego			+	
B.U7.	przeprowadzić uproszczoną analizę rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu			+	
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.	Podstawy zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w zakresie usług fizjoterapeutycznych.
2.	Podstawy analizy rynku dla celów uruchomienia działalności gospodarczej oraz kalkulacji kosztów postępowania fizjoterapeutycznego.
3.	Istota zarządzania w sferze usług fizjoterapeutycznych.
4.	Podstawy kierowania zespołem terapeutycznym i zasady zatrudniania osób z różnym stopniem niepełnosprawności.
5.	Istota marketingu z uwzględnieniem marketingu medycznego.
6.	Zaliczenie przedmiotu.
8. Narzędzia dydaktyczne (prezentacja multimedialna, programy komputerowe, filmy, plansze, sprzęt specjalistyczny, narzędzia, odczynniki)	
Prezentacja multimedialna	
9. Literatura podstawowa i uzupełniająca	
Literatura podstawowa: 1. Zarządzanie w opiece zdrowotnej, pod red. G. Moroza, Zb. Orła, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2014 2. Dobska M., Dobski P., Marketing usług medycznych, Wydawnictwo Prawno-Ekonomiczne INFOR Sp. z o.o., Warszawa 1999 3. Bukowska-Piestrzyńska A., Marketing usług zdrowotnych. Od budowania wizerunku placówki do zadowolenia klientów, CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa 2023 Literatura uzupełniająca: 1. Musiałkiewicz J., Podejmowanie i prowadzenie działalności gospodarczej, Wydawnictwo ITeE-PIB, Warszawa 2019 2. Zarządzanie podmiotem leczniczym, pod red. M. Głowackiej, J. Galickiego, E. Mojs, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska S.A.. Warszawa 2013	

Sylabus obowiązuje dla naboru od: 1 października 2025 r.