

WYDZIAŁ NAUK MEDYCZNYCH

KIERUNEK FIZJOTERAPIA

SYLABUS PRZEDMIOTOWY

Informacje ogólne

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie i marketing					
1. Kod przedmiotu: 1F/1-25		2. Liczba punktów ECTS: 1			
3. Kierunek:	Fizjoterapia	7. Liczba godzin:	ogółem	wykłady	ćwiczenia /inne akt.
4. Specjalność:		8. Studia stacjonarne:			
5. Rok studiów	I	9. Studia niestacjonarne:	10	10	
6. Semestr:	1	10. Poziom studiów:	JSM		
Koordynator przedmiotu i osoby prowadzące (imię nazwisko, tytuł/stopień naukowy; mail kontaktowy:					
11. Profil kształcenia:	Praktyczny	12. Język wykładowy:	polski		

Informacje szczegółowe

1. Wymagania wstępne:
Student posiada wiedzę z zakresu przedsiębiorczości na poziomie podstawowym.

2.Cele przedmiotu /cele uczenia się 5 – 10 (intencje wykładowcy):	
C1.	Student posiada wiedzę z zakresu zagadnień, metod oraz instrumentów zarządzania i marketingu stosowanymi w ochronie zdrowia i fizjoterapii.
C2.	Posiada wiedzę z zakresu prawno-organizacyjnych i ekonomicznych aspektów funkcjonowania podmiotów zajmujących się rehabilitacją.
C3.	Posiada wiedzę z zakresu podstawowych celów i zasad działalności marketingowej. oraz instrumentów działalności marketingowej w obszarze sektora ochrony zdrowia.

C4.	Posiada wiedzę z zakresu podstawowych instrumentów działalności marketingowej w obszarze sektora ochrony zdrowia.
C5.	Zna zasady etyczne współczesnego marketingu medycznego.

3. Efekty uczenia się wybrane dla przedmiotu (kierunkowe, specjalnościowe, specjalizacyjne):				
<i>W zakresie wiedzy</i>				
Symbol kierunkowego efektu uczenia się	Symbol przedmiotowego efektu uczenia się	Opis zmodyfikowanego dla przedmiotu założonego efektu uczenia się kierunkowego (Po zakończeniu przedmiotu dla potwierdzenia osiągnięcia efektów uczenia się student:)	Sposób weryfikacji efektu	Symbol postawionego celu/ów
B.W15. O.W12 O.W13	P25_W01	Student zna zasady organizacji i finansowania systemu ochrony zdrowia w Rzeczypospolitej Polskiej oraz ekonomiczne uwarunkowania udzielania świadczeń z zakresu fizjoterapii;	Sprawdzanie teoretyczne zdobytej wiedzy	C1-C5
B.W16. O.W12 O.W13	P25_W02	Zna zasady kierowania zespołem terapeutycznym oraz organizacji i zarządzania podmiotami prowadzącymi działalność rehabilitacyjną.	Sprawdzanie teoretyczne zdobytej wiedzy	C1-C5
B.W18. O.W12 O.W13	P25_W03	Zna zasady etyczne współczesnego marketingu medycznego.	Sprawdzanie teoretyczne zdobytej wiedzy	C1-C5
<i>W zakresie umiejętności</i>				
Symbol kierunkowego efektu uczenia	Symbol przedmiotowego efektu uczenia	Opis zmodyfikowanego dla przedmiotu założonego efektu uczenia kierunkowego	Sposób weryfikacji efektu	Symbol postawionego celu/ów
B.U7. O.U9	P25_U01	Student potrafi przeprowadzić uproszczoną analizę rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu fizjoterapii	Sprawdzanie teoretyczne zdobytej wiedzy	C1-C5
B.U6.	P25_U02	Student potrafi oszacować koszt postępowania fizjoterapeutycznego Student potrafi oszacować koszt	Sprawdzanie teoretyczne zdobytej	C1-C5

		postępowania fizjoterapeutycznego; wiedzy		
W zakresie kompetencji społecznych				
Symbol kierunkowego efektu uczenia	Symbol przedmiotowego efektu uczenia	Opis zmodyfikowanego dla przedmiotu założonego efektu uczenia kierunkowego	Sposób weryfikacji efektu	Symbol postawionego celu/ów
O.K8 O.K5	P25_K01	Formułowanie opinii dotyczących różnych aspektów działalności zawodowej	Sprawdzanie teoretyczne zdobytej wiedzy	C1-C5

4. Treści programowe:		
Symbol treści programowych uczenia	Treści programowe (2 godz. lekcyjne na jeden temat; nie wpisuje się do treści zajęć organizacyjnych oraz egzaminu i zaliczenia)	Odniesienie do efektów uczenia-Symbol
	WYKŁADY	
TK_1	Rynek a gospodarka rynkowa usług medycznych. Formy prowadzenia przedsiębiorstwa i schematy klasyfikacji działalności Rozwiązywanie problemów i podejmowanie decyzji. Planowanie w organizacji.	B.W15. B.W16. B.W18. B.U6. B.U7. O.W12 O.W13 O.K8 O.U9
TK_2	Strategia organizacji i zarządzanie strategiczne. Organizowanie i struktura organizacyjna. Przywództwo i proces oddziaływania. Motywowanie w zarządzaniu, narzędzia motywowania. Kultura i etyka w zarządzaniu.	B.W15. B.W16. B.W18. B.U6. B.U7. O.W12 O.W13 O.K8 O.U9
TK_3	Pojęcie i istota marketingu i marketingu usług. Otoczenie marketingowe, rynek ochrony zdrowia i zachowania konsumentów/pacjentów. Usługa jako produkt i jego cena. Promocja usług medycznych w granicach dozwolonych prawem.	B.W15. B.W16. B.W18. B.U6. B.U7. O.W12 O.W13 O.K8 O.U9

5. Warunki zaliczenia:
(typ oceniania D – F – P)/metody oceniania/ kryteria oceny:

Wykład: test

6. Metody prowadzenia zajęć:

Wykład

7. Literatura (podajemy wyłącznie pozycje do przeczytania przez studentów a nie wykorzystywane przez wykładowcę)

Literatura obowiązkowa:

Griffin R.W., 2017, Podstawy zarządzania organizacjami, Wydawnictwo Naukowe PWN S.A., Warszawa

G. Roth, M. Kurtyka, Zarządzanie zmianą od strategii do działania.
 Jak połączyć wizję ludzi i organizację w służbie strategii,
 CEDEWU, Warszawa 2019

Literatura uzupełniająca :

Bukowska-Piestrzyńska A. Marketing usług zdrowotnych Agnieszka Bukowska – Piestrzyńska
 CeDeWU, Warszawa 2019

Mruk H.: Marketing, satysfakcja klienta i rozwój przedsiębiorstwa. PWN
 Warszawa 2012

8. Kalkulacja ECTS – proponowana:
(na podstawie poniższego przykładu)

Forma aktywności/obciążenie studenta	Godziny na realizację/ studia	Godziny na realizację/studia niestacjonarne
--------------------------------------	----------------------------------	--

	stacjonarne	
Godziny zajęć (wg planu studiów) z wykładowcą		10
Indywidualna praca studenta		15
SUMA GODZIN		25
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		1

Niniejszy dokument jest własnością ANSM im. Księcia Mieszka I w Poznaniu i nie może być kopiowany, przetwarzany, publikowany, przegrywany, przesyłany pocztą, przekazywany, rozpowszechniany lub dystrybuowany w inny sposób. Dokument podlega ochronie wynikającej z ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych oraz ustawie z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych.