

1. INFORMACJE O PRZEDMIOCIE – SYLABUS**A. Podstawowe dane**

Nazwa przedmiotu/zajęć	Zarządzanie i marketing
Kierunek studiów	Fizjoterapia
Poziom studiów	Jednolite magisterskie
Profil	praktyczny
Forma studiów	stacjonarne
Jednostka prowadząca kierunek	Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze Wydział Nauk Medycznych i Technicznych Katedra Nauk o Kulturze Fizycznej i Zdrowiu
Imię i nazwisko nauczyciela(-li) i stopień lub tytuł naukowy osoby odpowiedzialnej za przygotowanie sylabusu	
Przedmioty wprowadzające	
Wymagania wstępne	

B. Semestralny/tygodniowy rozkład zajęć według planu studiów

Semestr	Wykłady (W)	Ćwiczenia (Ć)	Warsztaty (Wr)	Laboratoria (L)	Seminaria (S)	Zajęcia praktyczne (P)	Liczba punktów ECTS*
VII	10	-	-	-	-	-	1

2. CELE KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU

C1	Wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu podstawowej terminologii i pojęć z marketingu i zarządzania funkcjonujących na rynku usług medycznych.
C2	Wzrost umiejętności analizy strategicznej przedsiębiorstwa, tworzenia biznesplanu, strategii i misji przedsiębiorstwa w sektorze służby zdrowia
C3	Opanowanie umiejętności dostrzegania, analizowania i weryfikowania słabych i mocnych stron placówek ochrony zdrowia oraz szansami rozwoju lub zagrożenia funkcjonowania na rynku usług medycznych
C4	Kształtowanie u studentów kompetencji społecznych opartych na efektywnym komunikowaniu się, formułowaniu opinii oraz prowadzeniu konstruktywnych negocjacji w sektorze usług medycznych

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Lp.	Opis efektów uczenia się dla przedmiotu	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk II stopnia (kod składnika opisu)
WIEDZA			
W1	Student zna i rozumie zasady kierowania zespołem terapeutycznym oraz organizacji i zarządzania podmiotami prowadzącymi działalność	B.W16.	P7S_WK

	rehabilitacyjną;		
W2	Student zna i rozumie zasady zatrudniania osób z różnym stopniem niepełnosprawności;	B.W17.	P7S_WK
W3	Student zna i rozumie zasady etyczne współczesnego marketingu medycznego	B.W18.	P7S_WK
W4	Student zna i rozumie zasady przeprowadzania uproszczonej analizy rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu fizjoterapii;	B.W19.	P7S_WK
UMIEJĘTNOŚCI			
U1	Student potrafi przeprowadzić uproszczoną analizę rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu fizjoterapii;	B.U7.	P7S_UW
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K1	Student jest gotów do wykonywania zawodu, będąc świadomym roli, jaką fizjoterapeuta pełni na rzecz społeczeństwa, w tym społeczności lokalnej	KS2	P7S_KR
K2	Student jest gotów do korzystania z obiektywnych źródeł informacji	KS6	P7S_KO

4. METODY DYDAKTYCZNE

Wykład informacyjno-problemowy.

Metoda problemowa.

Metoda podająca-wyjaśnienie.

5. FORMA I WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

Warunkiem uzyskania zaliczenia jest:

Frekwencja i aktywność za zajęciach;

Uzyskanie pozytywnej średniej z oceny umiejętności, wiedzy i kompetencji społecznych.

Sposób oceny kolokwium - test pisemny

Ilość uzyskanych punktów:

od 91% do 100% student uzyskuje ocenę - bardzo dobrą – 5,0;

od 81% do 90% student uzyskuje ocenę - dobrą plus – 4,5;

od 71% do 80% student uzyskuje ocenę - dobrą – 4,0;

od 61% do 70% student uzyskuje ocenę – dostateczną plus – 3,5;

60% student uzyskuje ocenę - dostateczną – 3,0;

W przypadku uzyskania ilości punktów mniejszej od 60% student otrzymuje ocenę niedostateczną - 2,0

6. TREŚCI PROGRAMOWE

Wykład	<p><i>Podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania i marketingu. Założenia ogólne marketingu- teorie, koncepcje, cele. Funkcje zarządzania.</i></p> <p><i>Ewolucja istoty pojęcia „zarządzanie” w oparciu o teorie i nurty obecne w nauce o organizacji i zarządzaniu. Marketing – pojęcia podstawowe, definicje (filozofia, istota, rola, znaczenie, funkcje, zadania). Ewolucja poglądów na znaczenie marketingu.</i></p> <p><i>Zarządzanie strategiczne- strategie marketingowe, rodzaje, zastosowanie. Plan strategiczny i operacyjny. Istota planowania strategicznego i operacyjnego. Analiza procesu decyzyjnego. Kontrola w zarządzaniu organizacjami.</i></p> <p><i>Biznesplan- plan strategiczny przedsiębiorstwa działającego w sektorze ochrony. Określenie misji, wizji, budowanie strategii przedsiębiorstwa.</i></p> <p><i>Kompleksowa ocena sytuacji podmiotu leczniczego-analiza SWOT. Zarządzanie zasobami ludzkimi w sektorze ochrony zdrowia. Zarządzanie jakością w ochronie zdrowia, audyt zewnętrzny i wewnętrzny, certyfikat</i></p> <p><i>Jakości.</i></p> <p><i>Marketing w sferze działalności związanej z ochroną zdrowia człowieka. Metoda BCG, Koncepcja marketing-mixu 4P. Instrumenty marketing-mix'u 4P. Produkt. Cena. Promocja. Dystrybucja</i></p> <p><i>Możliwości i ograniczenia marketingu w sferze ochrony zdrowia.</i></p> <p><i>Marketingowy proces badawczy a wykonawcy badań. Zaprojektowanie i przeprowadzenie badania marketingowego rynku docelowej „Organizacji”.</i></p> <p><i>Style kierowania. Rola motywacji w kierowaniu zachowaniami.</i></p> <p><i>Komunikowanie się , negocjacje i style negocjacji.</i></p>
--------	--

7. METODY (SPOSOBY) WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGNIĘTYCH PRZEZ STUDENTA

(dla każdego efektu uczenia się wymienionego w pkt. 2. powinny znaleźć się metody sprawdzenia, czy został on osiągnięty przez studenta)

Efekt uczenia się	Forma oceny
	Kolokwium
W1	X
W2	X
W3	X
W4	X
U1	X
K1	X
K2	X

8. LITERATURA

Literatura podstawowa	1. Griffin R. Podstawy <i>zarządzania</i> organizacjami. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2014 2. Michalski E. Marketing : podręcznik akademicki. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2017
Literatura uzupełniająca	1. Kotarbiński J. Marka 5.0 : człowiek i technologie: jak tworzą nowe wartości? Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021

9. NAKŁAD PRACY STUDENTA – BILANS GODZIN I PUNKTÓW ECTS

Aktywność studenta		Obciążenie studenta – liczba godzin**
Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela lub innych osób prowadzących zajęcia	Udział w zajęciach dydaktycznych, wskazanych w pkt. 1B	10
Praca własna studenta	Przygotowanie do zajęć	5
	Studiowanie literatury	10
	Inne (przygotowanie do egzaminu, zaliczeń, przygotowanie projektu itd.)	5
Łączny nakład pracy studenta		30
Liczba punktów ECTS		1

* ostateczna liczba punktów ECTS

** wartości przykładowe