



Sylabus														
Opis przedmiotu kształcenia														
Nazwa modułu/przedmiotu	Marketing										Grupa szczegółowych efektów kształcenia			
											Kod grupy	Nazwa grupy		
Wydział	Nauk o Zdrowiu													
Kierunek studiów	Dietetyka													
Specjalności														
Poziom studiów	jednolite magisterskie * I stopnia II stopnia x III stopnia podyplomowe													
Forma studiów	x stacjonarne niestacjonarne													
Rok studiów	Pierwszy 2017/2018					Semestr studiów:		X zimowy letni						
Typ przedmiotu	X obowiązkowy ograniczonego wyboru wolny wybór/ fakultatywny													
Rodzaj przedmiotu	X kierunkowy podstawowy													
Język wykładowy	x polski angielski inny													
* zaznaczyć odpowiednio, zamieniając na X														
Liczba godzin														
Forma kształcenia														
Jednostka realizująca przedmiot	Wykłady (WY)	Seminaria (SE)	Ćwiczenia audytoryjne (CA)	Ćwiczenia kierunkowe - niekliniczne (CN)	Ćwiczenia kliniczne (CK)	Ćwiczenia laboratoryjne (CL)	Ćwiczenia w warunkach symulowanych (CS)	Zajęcia praktyczne przy pacjencie (PP)	Ćwiczenia specjalistyczne - magisterskie (CM)	Lektoraty (LE)	Zajęcia wychowania fizycznego-obowiązkowe (WF)	Praktyki zawodowe (PZ)	Samokształcenie (Czas pracy własnej studenta)	E-learning (EL)
Semestr zimowy:														
	10	5											25	
Semestr letni														
Razem w roku:														



<p>Cele kształcenia: (max. 6 pozycji)</p> <p>C1. Zapoznanie studenta z istotą marketingu jego funkcjonowania w firmie, podmiocie leczniczym, otoczeniu rynkowym ze szczególnym uwzględnieniem dóbr konsumpcyjnych i usług. Umiejętność podejmowania decyzji marketingowych dotyczących produktów, cen, promocji i dystrybucji. Zapoznanie studenta z miejscem marketingu w naukach o zarządzaniu,</p> <p>C2. Nabycie umiejętności postrzegania firmy w otoczeniu jako obiektu zarządzania wraz z jego składnikami (struktura, ludzie, cele, funkcje itd.)</p> <p>C3. Po zakończeniu zajęć student powinien wykazać się wiedza na temat etapów i procesów dotyczących zarządzania marketingowego usługami dietetycznymi</p>														
<p>Macierz efektów kształcenia dla modułu/przedmiotu w odniesieniu do metod weryfikacji zamierzonych efektów kształcenia oraz formy realizacji zajęć:</p>														
Numer efektu kształcenia przedmiotowego	Numer efektu kształcenia kierunkowego	Student, który zaliczy moduł/przedmiot wie/umie/potrafi	Metody weryfikacji osiągnięcia zamierzonych efektów kształcenia (formujące i podsumowujące)	Forma zajęć dydaktycznych <i>** wpisz symbol</i>										
W 01	W 14	Zna teorię i praktykę marketingu oraz zarządzania i . Potrafi kierować zespołami.	Test zaliczeniowy	WY, S										
U 01	U 04	Potrafi prowadzić dokumentację podejmowanych czynności zawodowych, chroni poufność i bezpieczeństwo prowadzonej dokumentacji podczas przechowywania, upowszechniania i niszczenia.	Ocena pracy zbiorowej oparta o obserwację bezpośrednią i dyskusję uczestniczącą	WY, S										
K 01	K 02	Kontynuuje naukę przez całe życie zawodowe w celu stałego uaktualniania wiedzy i umiejętności zawodowych.	Ocena pracy zbiorowej oparta o obserwację bezpośrednią i dyskusję uczestniczącą	S										
K 02	K 03	Potrafi kierować zespołem i współpracować z przedstawicielami innych zawodów medycznych i pracownikami administracji ochrony zdrowia w celu prowadzenia edukacji żywieniowej i profilaktyki chorób żywieniowo-zależnych w społeczności lokalnej.	Ocena pracy zbiorowej oparta o obserwację bezpośrednią i dyskusję uczestniczącą	S, SK										



K 03	K 04	Jest przygotowany do kierowania poradnią dietetyczną i do prowadzenia badań naukowych w dziedzinie żywności i żywienia.	Ocena pracy zbiorowej oparta o obserwację bezpośrednią i dyskusję uczestniczącą + case study	S, SK
<p>** WY - wykład; SE - seminarium; CA - ćwiczenia audytoryjne; CN - ćwiczenia kierunkowe (niekliniczne); CK - ćwiczenia kliniczne; CL - ćwiczenia laboratoryjne; CM – ćwiczenia specjalistyczne (mgr); CS - ćwiczenia w warunkach symulowanych; LE - lektoraty; zajęcia praktyczne przy pacjencie - PP; WF - zajęcia wychowania fizycznego (obowiązkowe); PZ- praktyki zawodowe; SK – samokształcenie, EL- E-learning.</p>				
<p>Proszę ocenić w skali 1-5 jak powyższe efekty lokują państwa zajęcia w działach: przekaz wiedzy, umiejętności czy kształtowanie postaw: Wiedza: 4 Umiejętności: 3 Kompetencje społeczne: 3</p>				
Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS):				
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie itp.)			Obciążenie studenta (h)	
1. Godziny kontaktowe:			15	
2. Czas pracy własnej studenta (samokształcenie):			25	
Sumaryczne obciążenie pracy studenta			40	
Punkty ECTS za moduł/przedmiotu			1	
Uwagi				
Treść zajęć: (proszę wpisać hasłowo tematykę poszczególnych zajęć z podziałem na formę zajęć dydaktycznych, pamiętając, aby przekładała się ona na zamierzone efekty kształcenia)				
Wykłady <ol style="list-style-type: none">1. Miejsce i rola marketingu w naukach o zarządzaniu2. Istota i rozwój marketingu usług, modele marketingowe,3. Marketing-mix jako wiązka instrumentów marketingowych. Działania w obszarze marketingu mix.4. Plan marketingowy i strategia marketingowa. Analiza otoczenia, pozycjonowanie5. Marketing relacji – budowanie przewagi konkurencyjnej				
Seminaria <ol style="list-style-type: none">1. Komunikacja marketingowa. Skuteczne wykorzystanie tradycyjnych i nowoczesnych metod w pracy dietetyka. Social media2. Przygotowanie podstawowych założeń planu marketingowego przy opracowywaniu i komercjalizacji usług dietetycznych3. Planowanie/ przygotowanie badań marketingowych i analiza otoczenie rynku usług dietetycznych na wybranym przykładzie.				
Ćwiczenia <ol style="list-style-type: none">1.2.3.				



Inne 1. 2. 3. <i>itd...</i>	
Literatura podstawowa: (wymienić wg istotności, nie więcej niż 3 pozycje) 1. Kotler P., Marketing, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2012 2. Krot K., Jakość i marketing usług medycznych. Wolters Kluwer, Warszawa 2008 3. A.Czubała, A. Jonas, T.Smoleń, J.W.Wiktor „Marketing usług” Wolters Kluwer, Warszawa 2012	
Literatura uzupełniająca i inne pomoce: (nie więcej niż 3 pozycje) 4. J. Otto „Marketing relacji” C. H. Beck 2004 5. Artykuły w czasopismach marketingowych („Marketing i Rynek”, „Marketing w Praktyce” itp.).	
Wymagania dotyczące pomocy dydaktycznych: (np. laboratorium, rzutnik multimedialny, inne...) Rzutnik multimedialny	
Warunki wstępne: (minimalne warunki, jakie powinien student spełnić przed przystąpieniem do modułu/przedmiotu) Student musi ukończyć kurs kształcenia na studiach I stopnia na kierunku dietetyka, dodatkowo musi posiadać podstawową wiedzę w zakresie funkcjonowania organizacji gospodarczych na rynku	
Warunki uzyskania zaliczenia przedmiotu: (określić formę i warunki zaliczenia zajęć wchodzących w zakres modułu/przedmiotu, zasady dopuszczenia do egzaminu końcowego teoretycznego i/lub praktycznego, jego formę oraz wymagania jakie student powinien spełnić by go zdać, a także kryteria na poszczególne oceny) Obecność na zajęciach 60% poprawnych odpowiedzi podczas testu zaliczeniowego Ocena pozytywna rozwiązania case study	
Ocena:	Kryteria oceny: (tylko dla przedmiotów/modułów kończących się egzaminem,)
Bardzo dobra (5,0)	
Ponad dobra (4,5)	
Dobra (4,0)	
Dość dobra	



(3,5)	
Dostateczna (3,0)	

**Nazwa i adres jednostki prowadzącej moduł/przedmiot, kontakt: tel. i adres email Zakład
Organizacji i Zarządzania**
.....

Koordynator / Osoba odpowiedzialna za moduł/przedmiot, kontakt: tel. i adres email

dr Jolanta Grzebieluch email: jolanta.grzebieluch@umed.wroc.pl tel. 533338033

**Wykaz osób prowadzących poszczególne zajęcia: Imię i Nazwisko, stopień/tytuł naukowy lub
zawodowy, dziedzina naukowa, wykonywany zawód, forma prowadzenia zajęć .**

dr Jolanta Grzebieluch
.....

Data opracowania sylabusu

27. 06.2017

Sylabus opracował(a)

dr Jolanta Grzebieluch..

Podpis Kierownika jednostki prowadzącej zajęcia
.....

Podpis Dziekana właściwego wydziału
.....
.....