



Sylabus														
Opis przedmiotu kształcenia														
Nazwa modułu/przedmiotu	Marketing farmaceutyczny							Grupa szczegółowych efektów kształcenia						
								Kod grupy			Nazwa grupy			
Wydział	Wydział Nauk o Zdrowiu													
Kierunek studiów	Zdrowie Publiczne													
Specjalności														
Poziom studiów	jednolite magisterskie * I stopnia <input type="checkbox"/> II stopnia <input checked="" type="checkbox"/> III stopnia podyplomowe													
Forma studiów	<input checked="" type="checkbox"/> stacjonarne niestacjonarne													
Rok studiów	drugi 2018/2019					Semestr studiów:		<input checked="" type="checkbox"/> zimowy letni						
Typ przedmiotu	<input type="checkbox"/> obowiązkowy <input checked="" type="checkbox"/> ograniczonego wyboru wolny wybór/ fakultatywny													
Rodzaj przedmiotu	<input checked="" type="checkbox"/> kierunkowy podstawowy													
Język wykładowy	<input checked="" type="checkbox"/> polski angielski inny													
* zaznaczyć odpowiednio, zamieniając na X														
Liczba godzin														
Forma kształcenia														
Jednostka realizująca przedmiot	Wykłady (WY)	Seminaria (SE)	Ćwiczenia audytorne (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:														
	15	15											25	
Semestr letni														
Razem w roku:														



	15	15										25	
<p>Cele kształcenia: (max. 6 pozycji)</p> <p>C1. Wyposażenie studentów w wiedzę i umiejętności związane z funkcjonowaniem marketingu na rynku farmaceutycznym w Polsce</p> <p>C2. Nabycie przez studentów umiejętności identyfikowania narzędzi marketingowych na rynku farmaceutycznym</p> <p>C3. Wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu funkcjonowania rynku farmaceutycznego w Polsce</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	K_W21 Zna zasady i uwarunkowania alokacji środków na wszystkich poziomach organizacyjnych ochrony zdrowia	1. Opisuje przesłanki wykorzystania orientacji marketingowej na rynku farmaceutycznym 2. Opisuje uwarunkowania polskiego rynku farmaceutycznego 3. Objasnia na czym polegała zmiana rynku farmaceutycznego w Polsce 4. Definiuje problem występujące na rynku farmaceutycznym 5. Opisuje rolę apteki i pośredników w dystrybucji farmaceutyków	Test po zakończeniu zajęć	WY									
W 02	K_W22 Posiada wiedzę na temat uwarunkowań i metod planowania i zarządzania strategicznego na różnych poziomach organizacyjnych systemu ochrony zdrowia	1. Wie na czym polega tworzenie silnej marki i zarządzanie nią 2. Definiuje i opisuje poznane strategie cen i marż 3. Określa założenia znanych strategii produktu. 4. Definiuje strategię komunikacji masowej	Test po zakończeniu zajęć Studium przypadku	WY									
U 01	K_U13 Wyraża opinie na temat mechanizmów wdrażania programów	1. Umie wskazać bariery wejścia wyjścia na rynek 2. Ocenia zachowania nabywców i 3. Potrafi wskazać kryteria segmentacji rynku	Studium przypadku	SE									



		farmaceutycznego		
U 02	K_U17 Umie wykorzystać narzędzia i metody analizy strategicznej, przeprowadzić analizę strategiczną, napisać plan strategiczny i krytycznie analizować treść planów strategicznych podmiotów leczniczych i innych podmiotów działających w sferze ochrony zdrowia	1. Umie ocenić strategię wdrażaną i realizowaną przez wybranego producenta 2. Potrafi wskazać pozytywne i negatywne cechy wybranej kampanii komunikacyjnej 3. Umie przestawić poznane kanały dystrybucji na rynku farmaceutycznym	Dyskusja podczas zajęć – praca w grupach	SE
U 03	K_U20 Potrafi ocenić sytuację finansową jednostki opieki zdrowotnej i sporządzić biznes plan	Umie zaproponować alternatywną formę reklamy do już istniejącej a negatywnie ocenionej, funkcjonującej w mediach	Projekt zaliczeniowy	SE
K 01	K_K09 Potrafi, w szerokim zakresie, formułować przejrzyste i szczegółowe wypowiedzi ustne i pisemne, a także wyjaśniać swoje stanowisko w sprawach będących przedmiotem dyskusji, rozważając zalety i wady różnych rozwiązań	1. Aktywnie uczestniczy w dyskusji 2. Efektywnie prezentuje własne pomysły, wątpliwości i sugestie, popierając je argumentacją w kontekście wybranych perspektyw teoretycznych	Obserwacja	SE
K 02	K_K10 Umie samodzielnie zdobywać wiedzę i poszerzać swoje umiejętności badawcze korzystając z	Wspiera pracę grupową, chętnie dzieli się swoją wiedzą i pomysłami	Obserwacja	SE



	<p>obiektywnych źródeł informacji oraz podejmować autonomiczne działania zmierzające do rozstrzygnięcia praktycznych problemów</p>			
K 03	<p>K_K01 Zna poziom swoich kompetencji i jest gotów do korzystania z pomocy ekspertów, współpracuje w zespole interdyscyplinarnym, zgodnie z zasadami etyki zawodowej i uregulowaniami prawnymi</p>	<p>Przestrzega ustalonych norm i zasad współżycia społecznego, szanuje zdanie innych</p>	<p>Obserwacja</p>	<p>SE</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.

Proszę ocenić w skali 1-5 jak powyższe efekty lokują państwa zajęcia w działach: przekaz wiedzy, umiejętności czy kształtowanie postaw:

Wiedza: 4

Umiejętności: 4

Kompetencje społeczne: 3

Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS):

Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie itp.)	Obciążenie studenta (h)
1. Godziny kontaktowe:	25
2. Czas pracy własnej studenta (samokształcenie):	25
Sumaryczne obciążenie pracy studenta	50
Punkty ECTS za moduł/przedmiotu	1,0
Uwagi	Zaliczenie

Treść zajęć: (proszę wpisać hasłowo tematykę poszczególnych zajęć z podziałem na formę zajęć dydaktycznych, pamiętając, aby przekładała się ona na zamierzone efekty kształcenia)

Wykłady

1. Orientacja marketingowa na rynku farmaceutycznym
2. Strategie cen i marż
3. Strategia komunikacji masowej
4. Strategia produktu. Zarządzanie marką



5. Rola apteki na rynku	
Seminaria 1. Uwarunkowania działań marketingowych na rynku farmaceutycznym 2. Zachowania nabywców i segmentacja rynku farmaceutycznego 3. Komunikacja indywidualna jako element marketingu mix 4. Procesy dystrybucji na rynku farmaceutycznym 5. Prezentacja projektów	
Ćwiczenia	
Samokształcenie: Zapoznanie się z przekazanym przez prowadzącego artykułem	
Literatura podstawowa: (wymienić wg istotności, nie więcej niż 3 pozycje) 1. "Marketing strategiczny na rynku farmaceutycznym" M. Michalik , H. Mruk , B. Pilarczyk 2. "Marketing w aptece" K. Szalonka Literatura uzupełniająca i inne pomoce: (nie więcej niż 3 pozycje) 1. "Marketing produktów farmaceutycznych" Cesare Giulio Mancini Paolo 2. "Opieka farmaceutyczna w ochronie zdrowia Polaków" K. Szalonka	
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 powinien posiadać podstawowa wiedzę z zakresu marketingu i organizacji rynku ochrony zdrowia w Polsce	
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) Przygotowanie i prezentacja projektu dotyczącego reklamy produktu farmaceutycznego Wykonanie zadań podczas zajęć Obecność na zajęciach Napisanie testu zaliczeniowego z treści wykładów (na ostatnim spotkaniu) na poziomie 60%, zawierającego również pytania z artykułu w ramach samokształcenia	
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**

.....

Koordinator / 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

15.09.2018.

Sylabus opracował(a)

dr Jolanta Grzebieluch.

Podpis Kierownika jednostki prowadzącej zajęcia

.....

Podpis Dziekana właściwego wydziału

.....