



Sylabus na rok akademicki: 2020/2021														
Cykl kształcenia: 2019/2020														
Opis przedmiotu kształcenia														
Nazwa modułu/przedmiotu	Marketing usług medycznych							Grupa szczegółowych efektów kształcenia						
								Kod grupy		Nazwa grupy				
Wydział	Nauk o Zdrowiu													
Kierunek studiów	Zdrowie Publiczne													
Jednostka realizująca przedmiot	Zakład Organizacji i Zarządzania													
Specjalność														
Poziom studiów	jednolite magisterskie <input type="checkbox"/> * I stopnia <input type="checkbox"/> II stopnia <input checked="" type="checkbox"/> III stopnia <input type="checkbox"/> podyplomowe <input type="checkbox"/>													
Forma studiów	<input checked="" type="checkbox"/> stacjonarne <input type="checkbox"/> niestacjonarne													
Rok studiów	drugi					Semestr studiów:		<input type="checkbox"/> zimowy <input checked="" type="checkbox"/> letni						
Typ przedmiotu	<input type="checkbox"/> obowiązkowy <input checked="" type="checkbox"/> ograniczonego wyboru <input type="checkbox"/> wolnego wyboru/ fakultatywny													
Rodzaj przedmiotu	<input checked="" type="checkbox"/> kierunkowy <input type="checkbox"/> podstawowy													
Język wykładowy	<input checked="" type="checkbox"/> polski <input type="checkbox"/> angielski <input type="checkbox"/> inny													
* zaznaczyć odpowiednio, zamieniając <input type="checkbox"/> na X														
Liczba godzin														
Forma kształcenia														
	Wykłady (WY)	Seminaria (SE)	Ćwiczenia audytorialne (CA)	Ćwiczenia kierunkowe - niekliniczne (CN)	Ćwiczenia kliniczne (CK)	Ćwiczenia laboratoryjne (CL)	Ćwiczenia w warunkach symulowanych (CS)	Zajęcia praktyczne przy pacjencie (PP)	Ćwiczenia specjalistyczne - magisterskie (CIM)	Lektoraty (LE)	Zajęcia wychowania fizycznego-obowiązkowe (WF)	Praktyki zawodowe (PZ)	Samokształcenie (Czas pracy własnej studenta)	E-learning (EL)
Semestr zimowy:														
Kształcenie bezpośrednie (kontaktowe)														

Kształcenie zdalne synchroniczne															
Kształcenie zdalne asynchroniczne															
Semestr letni:															
Kształcenie bezpośrednie (kontaktowe)															
Kształcenie zdalne synchroniczne	15														
Kształcenie zdalne asynchroniczne		15											45		
Razem w roku:															
Kształcenie bezpośrednie (kontaktowe)															
Kształcenie zdalne synchroniczne	15														
Kształcenie zdalne asynchroniczne		15											45		
<p>Cele kształcenia: (max. 6 pozycji)</p> <p>C1. Wyposażenie studentów w wiedzę i umiejętności funkcjonowania marketingu na rynku usług medycznych w Polsce .</p> <p>C2. Poznanie mechanizmów i narzędzi, które w skuteczny sposób buzują wizerunek podmiotu leczniczego i wpływają na jego pozycję konkurencyjną</p>															
Macierz efektów uczenia się dla modułu/przedmiotu w odniesieniu do metod weryfikacji zamierzonych efektów uczenia się oraz formy realizacji zajęć:															
Numer efektu uczenia się przedmiotowego	Numer efektu uczenia się kierunkowego	Student, który zaliczy moduł/przedmiot wie/umie/potrafi										Metody weryfikacji osiągnięcia zamierzonych efektów uczenia się (formujące i podsumowujące)	Forma zajęć dydaktycznych ** wpisz symbol		
W 01	K_W04 Posiada umiejętności wykorzystania wiedzy teoretycznej, dostrzegania, obserwacji i interpretacji i zjawisk w zakresie zdrowia populacji	<p>Charakteryzuje system ochrony zdrowia oraz jego uczestników.</p> <p>Definiuje specyfikę pracy instytucji opieki zdrowotnej.</p> <p>Opisuje różne koncepcje marketingu i zna jego genezę.</p> <p>Zna specyfikę funkcji kierowniczych, istotę delegowania zadań i proces' podejmowania decyzji.</p> <p>Różnicuje style zarządzania oraz cechy przywództwa.</p> <p>Definiuje proces adaptacji społecznej i zawodowej, pojęcie kultury organizacyjnej</p>										Praca projektowa, egzamin	WY, SE		

	<p>pogłębione i wzbogacone o wyjaśnienie wzajemnych relacji między zdrowiem a czynnikami społeczno-ekonomicznymi</p>	<p>oraz modele zarządzania jakością.</p>		
W 02	<p>K_W21 Zna zasady i uwarunkowania alokacji środków na wszystkich poziomach organizacyjnych ochrony zdrowia</p>	<p>Zna zasady zarządzania strategicznego oraz podstawowe metody analizy strategicznej.</p> <p>Charakteryzuje marketing usług zdrowotnych.</p> <p>Zna zasady rekrutacji kandydatów do pracy i planowania zasobów ludzkich w organizacjach zdrowotnych.</p> <p>Różnicuje zakres obowiązków, odpowiedzialności i uprawnień zawodowych w zależności od zakresu kompetencji.</p> <p>Charakteryzuje istotę procesu zmian w organizacji, opisuje techniki organizatorskie i techniki zarządzania dla oceny jakości funkcjonowania organizacji.</p>	Praca projektowa	WY
U 01	<p>K_U12 Potrafi pracować w grupie nad strategią wybranego problemu dotyczącego zdrowia publicznego</p>	<p>Umie komunikować się z otoczeniem przy realizacji strategii marketingowej.</p> <p>Zna i potrafi stosować zasady współpracy i komunikowania się w pracach zespołu wielodyscyplinarnego.</p> <p>Ocenia wady i zalety różnych stylów zarządzania oraz wyjaśnia różnice między motywowaniem a przywództwem.</p> <p>Stosuje poznane techniki rozwiązywania konfliktów.</p> <p>Wykorzystuje poznane techniki i style negocjacyjne w kierowaniu zespołem.</p>	Praca projektowa, analiza przypadku, praca w grupie	SE
U 02	<p>K_U16 Potrafi przeprowadzić krytyczną analizę i interpretację ekspertyz, raportów z zakresu</p>	<p>Wykorzystuje w praktyce podstawy ekonomicznych uwarunkowań podmiotów leczniczych w zależności od struktury organizacyjnej systemu ochrony zdrowia na poziomie krajowym i globalnym.</p> <p>Szacuje koszty działalności leczniczej. Identyfikuje kluczowe problemy na rynku ochrony zdrowia.</p>	Praca projektowa, analiza przypadku, praca w grupie, egzamin	SE

	polityki zdrowotnej, ekonomiki zdrowia, stanu zdrowia społeczeństwa	<p>Potrafi oszacować popyt na usługi zdrowotne.</p> <p>Objaśnia ograniczenia formalno-prawne, organizacyjne i psychologiczne wprowadzania zmian w systemie opieki zdrowotnej.</p>		
U 03	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	<p>Potrafi sporządzić strategiczny plan marketingowy.</p> <p>Posiada wiedzę na temat uwarunkowań i metod planowania i zarządzania strategicznego na różnych poziomach organizacyjnych systemu ochrony zdrowia.</p> <p>Zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form strategii marketingowej wykorzystującej wiedzę z zakresu marketingu usług zdrowotnych.</p> <p>Analizuje związek między: formułowaniem celów a planowaniem, organizowaniem i realizacją zadań a wyborem określonej koncepcji motywowania, rezultatem pracy a systemem kontroli.</p> <p>Przeprowadza analizy marketingowe, by obrać właściwą strategię działania na rynku.</p>	Analiza przypadku, dyskusja, egzamin	SE
U 04	K_U20 Potrafi ocenić sytuację finansową jednostki opieki zdrowotnej i sporządzić biznes plan	<p>Potrafi stosować narzędzia marketingu mix.</p> <p>Potrafi zaplanować proces świadczenia usługi.</p> <p>Sporządza jako świadczeniodawca umowę do zawarcia kontraktu na usługi zdrowotne.</p> <p>Wyznacza cele zgodnie z metodą SMARTER.</p> <p>Sporządza biznes plan organizacji.</p>	Praca projektowa, egzamin	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.</p>				
<p>Proszę ocenić w skali 1-5 jak powyższe efekty lokują państwa zajęcia w działach: przekaz wiedzy, umiejętności czy kształtowanie postaw:</p> <p>Wiedza: 4</p> <p>Umiejętności: 4</p> <p>Kompetencje społeczne: 4</p>				
Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS):				
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie itp.)			Obciążenie studenta (h)	
1. Godziny kontaktowe:			30	
2. Godziny w kształceniu zdalnym (e-learning)				

3. Czas pracy własnej studenta (samokształcenie):	45
Sumaryczne obciążenie pracy studenta	75
Punkty ECTS za moduł/przedmiot	
Uwagi	Egzamin
Treść zajęć: (proszę wpisać hasłowo tematykę poszczególnych zajęć z podziałem na formę zajęć dydaktycznych, pamiętając, aby przekładała się ona na zamierzone efekty uczenia się)	
Wykłady <ol style="list-style-type: none"> 1. Specyfika usług zdrowotnych i jej znaczenie dla marketingu. Definiowanie narzędzi marketingowych. Zastosowanie koncepcji marketingu mix na rynku usług medycznych 2. Strategiczny plan marketingowy – elementy, sposób tworzenia. 3. Rozwój nowych produktów i kreowanie ich marki 4. Projektowanie zintegrowanej komunikacji marketingowej 5. Marketing usług zdrowotnych – marketing relacji vs marketing wewnętrzny 	
Seminaria <ol style="list-style-type: none"> 1. Formalno-prawne uwarunkowania zastosowania marketingu na rynku usług zdrowotnych w Polsce. Otoczenie marketingowe 2. Segmentacja rynku, rynek docelowy, pozycjonowanie i konkurencja 3. Charakterystyka klienta. Usługa medyczna jako specyficzny produkt marketingowy 4. Znaczenie jakości na rynku usług medycznych. Określenie potencjału placówki usług medycznych i znaczenie personelu; obsługa klienta 5. Zaliczenie i prezentacja projektu 	
Ćwiczenia <ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. 	
Inne <ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. <i>itd....</i>	
Literatura podstawowa: (wymienić wg istotności, nie więcej niż 3 pozycje) <ol style="list-style-type: none"> 1. Swayne L.,Duncan J.,Ginter P „Zarządzanie strategiczne w ochronie zdrowia” Wolters Kluwer, Warszawa 2012 2. Kotler P. , Shalowitz J., Stevens R. “Marketing strategiczny w opiece zdrowotnej” Wolters Kluwer, Warszawa 2013 3. Nowotarska Romaniak B. „Marketing usług zdrowotnych” Wolters Kluwer, Warszawa 2012 	
Literatura uzupełniająca i inne pomoce: (nie więcej niż 3 pozycje) <ol style="list-style-type: none"> 1. Bukowska-Piestrzyńska A. „Marketing usług zdrowotnych - od budowania wizerunku placówki do zadowolenia klienta” CeDeWu.pl 2012 1. 	
Wymagania dotyczące pomocy dydaktycznych: (np. laboratorium, rzutnik multimedialny, inne...) rzutnik	

Warunki wstępne: (minimalne warunki, jakie powinien student spełnić przed przystąpieniem do modułu/przedmiotu)

Student powinien posiadać wiedzę o funkcjonowaniu rynku ochrony zdrowia, ekonomii i marketingu.

Warunki uzyskania zaliczenia przedmiotu: (określić formę, kryteria 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) UWAGA! Warunkiem zaliczenia przedmiotu nie może być obecność na zajęciach

Aby zaliczyć wykład student powinien napisać test zaliczeniowy z treści wykładów na poziomie minimum 60%

Aby zaliczyć seminarium student powinien wykonywać zadania przekazywane na każdym z nich, oddawać je terminowo, oraz przygotować projekt i zaprezentować go na forum grupy na ostatnich zajęciach (oddać prowadzącemu w wersji dokumentu oraz prezentacji Power Point). Dodatkowo pozytywnie jest oceniana aktywność na zajęciach

Aby zaliczyć samokształcenie student powinien przygotować strategiczny plan marketingowy (w zakresie uzgodnionym z prowadzącym) i przesłać go w formie dokumentu prowadzącemu. Projekt może być realizowany w grupach 3-4 osobowych

Ocena:	Kryteria zaliczenia przedmiotu na ocenę:
Bardzo dobra (5,0)	
Ponad dobra (4,5)	
Dobra (4,0)	
Dość dobra (3,5)	
Dostateczna (3,0)	
	Kryteria zaliczenia przedmiotu na zaliczenie (bez oceny)
zaliczenie	

Ocena:	Kryteria oceny z egzaminu:
Bardzo dobra	Student uzyskał min. 95% punktów ze sprawdzianu wiedzy (egzamin testowy)

(5,0)	końcowy) oraz uzyskał minimum 95% punktów za realizację zadań powierzonych w trakcie seminariów. Student potrafi wyrazić swoją wiedzę pisemnie i ustnie w stopniu optymalnym świadczącym o pełnym zrozumieniu treści kształcenia i ich internalizacji, a także wyjaśniać swoje stanowisko w sprawach będących przedmiotem dyskusji rozważając zalety/ wady różnych rozwiązań Student wykazał się danymi kompetencjami w stopniu bardzo dobrym.
Ponad dobra (4,5)	Student uzyskał min. 90% punktów ze sprawdzianu wiedzy (egzamin testowy końcowy) uzyskał minimum 90% punktów za realizację zadań powierzonych w trakcie seminariów. Student potrafi wyrazić swoją wiedzę pisemnie i ustnie w szerokim zakresie, w stopniu świadczącym o pełnym zrozumieniu treści kształcenia i ich internalizacji, a także wyjaśniać swoje stanowisko w sprawach będących przedmiotem dyskusji. Student wykazał się danymi kompetencjami w stopniu dobrym i rokującym na dalszy rozwój.
Dobra (4,0)	Student uzyskał min. 80% punktów ze sprawdzianu wiedzy (egzamin testowy końcowy) oraz uzyskał minimum 80% punktów za realizację zadań powierzonych w trakcie seminariów. Student potrafi wyrazić swoją wiedzę pisemnie i ustnie w szerokim zakresie, w stopniu świadczącym o pełnym zrozumieniu treści kształcenia Student wykazał się danymi kompetencjami w stopniu dobrym i rokującym na dalszy rozwój.
Dość dobra (3,5)	Student uzyskał min. 70% punktów ze sprawdzianu wiedzy (egzamin testowy końcowy) oraz uzyskał minimum 70% punktów za realizację zadań powierzonych w trakcie seminariów. Student potrafi wyrazić swoją wiedzę pisemnie i ustnie w stopniu minimalnym, ale wystarczającym do zaliczenia i rokującym na dalszy rozwój. Student wykazał się danymi kompetencjami w stopniu minimalnym, wystarczającym do zaliczenia i rokującym na dalszy rozwój.
Dostateczna (3,0)	Student uzyskał min. 60% punktów ze sprawdzianu wiedzy (egzamin testowy końcowy) oraz 60% punktów za realizację zadań powierzonych w trakcie seminariów. Student potrafi wyrazić swoją wiedzę pisemnie i ustnie w stopniu minimalnym, ale wystarczającym do zaliczenia. Student wykazał się danymi kompetencjami w stopniu minimalnym, ale wystarczającym do zaliczenia.

Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot:	Zakład Organizacji i Zarządzania	
Adres jednostki:	Ul. Bartla 5, 51-618 Wrocław	
Numer telefonu:	71 784 18 19	
E-mail:	wp-14.3@umed.wroc.pl	

Osoba odpowiedzialna za przedmiot (koordynator):	Dr Jolanta Grzebieluch
Numer telefonu:	533338033
E-mail:	jolanta.grzebieluch@umed.wroc.pl
Wykaz osób prowadzących poszczególne zajęcia:	

Imię i nazwisko:	Stopień / tytuł naukowy lub zawodowy:	Dyscyplina naukowa:	Wykonywany zawód:	Forma prowadzenia zajęć:
Jolanta Grzebieluch	dr	Nauki o zdrowiu	adiunkt	Wykłady i seminaria

Data opracowania sylabusu

Imię i nazwisko autora (autorów) sylabusu:

15.09.2020

Dr Jolanta Grzebieluch.

Podpis Kierownika jednostki prowadzącej zajęcia

.....

Podpis Dziekana wydziału zlecającego przedmiot:

.....