



Sylabus na rok akademicki: 2020/2021														
Cykl kształcenia: 2018/2019.														
Opis przedmiotu kształcenia														
Nazwa modułu/przedmiotu	Podstawy marketingu							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 checked="" type="checkbox"/> II stopnia <input type="checkbox"/> III stopnia <input type="checkbox"/> podyplomowe <input type="checkbox"/>													
Forma studiów	<input checked="" type="checkbox"/> stacjonarne <input type="checkbox"/> niestacjonarne													
Rok studiów	trzeci					Semestr studiów:		<input checked="" type="checkbox"/> zimowy <input type="checkbox"/> letni						
Typ przedmiotu	<input checked="" type="checkbox"/> obowiązkowy <input 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 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 (CIM)	Lektoraty (LE)	Zajęcia wychowania fizycznego-obowiązkowe (WF)	Praktyki zawodowe (PZ)	Samokształcenie (Czas pracy własnej studenta)	E-learning (EL)
Semestr zimowy:														
Kształcenie bezpośrednie (kontaktowe)													25	

Kształcenie zdalne synchroniczne	20	10													
Kształcenie zdalne asynchroniczne		10												25	
Semestr letni:															
Kształcenie bezpośrednie (kontaktowe)															
Kształcenie zdalne synchroniczne															
Kształcenie zdalne asynchroniczne															
Razem w roku:															
Kształcenie bezpośrednie (kontaktowe)															
Kształcenie zdalne synchroniczne	20	10												25	
Kształcenie zdalne asynchroniczne		10													
<p>Cele kształcenia: (max. 6 pozycji)</p> <p>C1. zapoznanie studentów z zagadnieniami dotyczącymi marketingu ze szczególnym uwzględnieniem rynku usług,</p> <p>C2. przedstawienie interpretacji cech usług i podstawowego instrumentarium w modelu marketingowym 8P</p> <p>C3. przedstawienie podstawowych założeń marketingu relacyjnego.</p> <p>C4. zapoznanie ze sposobami tworzenia planu marketingowego</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 Zna metody określania potrzeb zdrowotnych społeczeństwa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definiuje pojęcia i definicje związane z marketingiem zawarte w programie i treściach przekazywanych podczas wykładu 2. Zna i potrafi omówić podstawowe rodzaje strategii marketingowych 3. Wie jakie są różnice pomiędzy różnymi koncepcjami marketingu (4P,8P) 4. Zna typy klientów i przebieg procesu zakupu 5. Wie na czym polega skuteczna komunikacja marketingowa 6. Określa zasady i narzędzia służące kształtowaniu pozytywnego wizerunku firmy 									Test po zakończeniu cyklu wykładów		WY		
U 01	K_U08 Potrafi ocenić skalę problemów	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potrafi wskazać różnice między zarządzaniem marketingowym a zarządzaniem marketingiem 2. Umie omówić plan marketingowy, 									Test po zakończeniu cyklu wykładów		WY, S,		

	zdrowotnych oraz wskazać priorytety zdrowotne i określić ich znaczenie w polityce zdrowotnej	3. Wykorzystuje narzędzia i metody analizy strategicznej, przeprowadzić analizę strategiczną 4. Rozwiązuje w grupie problemy dotyczące wybranego zagadnienia związanego z marketingiem	Projekt grupowy realizowany podczas zajęć i poza nimi, prezentowany na ostatnim spotkaniu Case study	
U02	K_U14 Posiada umiejętność współpracy ze środkami masowego przekazu, lokalnymi społecznościami, a także organizacjami i pozarządowymi	1. umie wykorzystać poznane zasady komunikacji z otoczeniem zewnętrznym jak i wewnętrznym firmy	Case study	S,SA
	K_U29 Potrafi interpretować podstawowe zjawiska gospodarcze w skali mikro- i makroekonomii	1. Potrafi wyrazić swoją wiedzę pisemnie i ustnie (np. poprzez przeprowadzenie prezentacji) na poziomie akademickim 2. Potrafi posługiwać się podstawowym sprzętem i aparaturą stosowanymi w zakresie dziedzin nauki i dyscyplin	Prezentacja projektu	S, SA
K 01	K_K07 Upowszechnia wiedzę o celach i zadaniach zdrowia publicznego	1. Chętnie współpracuje w grupie nad rozwiązaniem problemów 2. Kreuje nowe rozwiązania	Obserwacja pracy grupy	S
K02	K_K07 Upowszechnia wiedzę o celach i zadaniach zdrowia publicznego	1. Chętnie współpracuje w grupie nad rozwiązaniem problemów 2. Kreuje nowe rozwiązania	Obserwacja pracy grupy	S
<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: 4 Kompetencje społeczne: 3</p>				
<p>Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS):</p>				

Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie itp.)	Obciążenie studenta (h)
1. Godziny kontaktowe:	40
2. Godziny w kształceniu zdalnym (e-learning)	
3. Czas pracy własnej studenta (samokształcenie):	25
Sumaryczne obciążenie pracy studenta	40
Punkty ECTS za moduł/przedmiot	
Uwagi	Zaliczenie na ocenę
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. Wprowadzenie do marketingu. Co, gdzie, kiedy?; 2. Zarządzanie marketingowe czy zarządzanie marketingiem? Strategie marketingowe 3. Marketing mix 4P 4. Marketing mix 8 P 5. Klient i jego zachowania w procesie zakupu. Znaczenie relacji 6. Opinia i wizerunek 7. Planowanie marketingowe 	
Seminaria <ol style="list-style-type: none"> 1. Czym jest otoczenie marketingowe i jak możemy wykorzystać wiedzę o nim? 2. Segmentacja rynku usług. Zorientowanie na klienta. Czym jest produkt-niematerialność i wielowymiarowość 3. Miejsce, czas i cena w usługach. 4. Znaczenie ludzi dla zapewnienia jakości w usługach. Wsparcie elementów materialnych 5. Marketing wewnętrzny a marketing relacji. 6. Promotion mix 7. Przedstawienie projektu, zaliczenie przedmiotu 	
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. Ph. Kotler „Marketing” 2. J. Altkorn „Podstawy marketingu” 3. J. Otto „Marketing relacji” Literatura uzupełniająca i inne pomoce: (nie więcej niż 3 pozycje)	
Literatura podstawowa: (wymienić wg istotności, nie więcej niż 3 pozycje) <ol style="list-style-type: none"> 1. A. Styś „Marketing usług” 2. A.Czubała, A. Jonas, T.Smoleń, J.W.Wiktor „Marketing usług” 	

3. Artykuły w czasopiśmie marketingowych („Marketing i Rynek”, „Marketing w Praktyce” itp.).	
Wymagania dotyczące pomocy dydaktycznych: (np. laboratorium, rzutnik multimedialny, inne...) rzutnik	
<p>Warunki wstępne: (minimalne warunki, jakie powinien student spełnić przed przystąpieniem do modułu/przedmiotu)</p> <p>Student powinien posiadać wiedzę na temat podstawowych zasad funkcjonowania rynku ochrony zdrowia, ekonomii i zarządzania.</p>	
<p>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</p> <p>Aby zaliczyć wykład student powinien napisać test zaliczeniowy z treści wykładów na poziomie minimum 60%</p> <p>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 wydrukowanej oraz prezentacji Power Point). Dodatkowo pozytywnie jest oceniana aktywność na zajęciach</p> <p>Aby zaliczyć samokształcenie student powinien obejrzeć film wskazany przez prowadzącego i odpowiedzieć pisemnie na zadane pytania. Dodatkowo powinien napisać krótką wypowiedź na podstawie przekazanych treści czy artykułów</p>	
Ocena:	Kryteria zaliczenia przedmiotu na ocenę:
Bardzo dobra (5,0)	<p>Student uzyskał min. 95% punktów ze sprawdzianu wiedzy (test końcowy) oraz uzyskał minimum 95% punktów za realizację zadań powierzonych w trakcie seminariów.</p> <p>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.</p> <p>Student wykazał się aktywnością podczas zajęć, zabierał głos w prowadzonych dyskusjach.</p> <p>Student wykazał się danymi kompetencjami w stopniu bardzo dobrym.</p>
Ponad dobra (4,5)	<p>Student uzyskał min. 90% punktów ze sprawdzianu wiedzy (test 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</p>

	<p>treści kształcenia i ich internalizacji, a także wyjaśniać swoje stanowisko w sprawach będących przedmiotem dyskusji.</p> <p>Student wykazał się aktywnością podczas zajęć, zabierał głos w prowadzonych dyskusjach.</p> <p>Student wykazał się danymi kompetencjami w stopniu dobrym i rokującym na dalszy rozwój.</p>
Dobra (4,0)	<p>Student uzyskał min. 80% punktów ze sprawdzianu wiedzy (test 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.</p>
Dość dobra (3,5)	<p>Student uzyskał min. 70% punktów ze sprawdzianu wiedzy (test 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.</p>
Dostateczna (3,0)	<p>Student uzyskał min. 60% punktów ze sprawdzianu wiedzy (test 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.</p>
	Kryteria zaliczenia przedmiotu na zaliczenie (bez oceny)
zaliczenie	

Ocena:	Kryteria oceny z egzaminu:
Bardzo dobra (5,0)	
Ponad dobra (4,5)	
Dobra (4,0)	
Dość dobra (3,5)	
Dostateczna (3,0)	

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:

.....