



Sylabus na rok akademicki: 2021/2022														
Cykl kształcenia: 2019/2022														
Opis przedmiotu kształcenia														
Nazwa przedmiotu	Podstawy marketingu Introduction to marketing								Grupa szczegółowych efektów uczenia się					
									Grupa zajęć (kod grupy)		Nazwa grupy			
Wydział	Nauk o Zdrowiu Faculty of Health Sciences													
Kierunek studiów	Zdrowie Publiczne													
Poziom studiów	<input type="checkbox"/> jednolite magisterskie x I stopnia <input type="checkbox"/> II stopnia <input type="checkbox"/> III stopnia <input type="checkbox"/> podyplomowe													
Forma studiów	x stacjonarne <input type="checkbox"/> niestacjonarne													
Rok studiów	trzeci							Semestr studiów:		x zimowy <input type="checkbox"/> letni				
Typ przedmiotu	x obowiązkowy <input type="checkbox"/> ograniczonego wyboru <input type="checkbox"/> wolnego wyboru/ fakultatywny													
Język wykładowy	x polski <input type="checkbox"/> angielski													
Liczba godzin														
Forma kształcenia														
	Wykłady (WY)	Seminaria (SE)	Ćwiczenia audytorijne (CA)	Ćwiczenia kierunkowe - niekliniczne (CN)	Ćwiczenia kliniczne (CK)	Ćwiczenia laboratoryjne (CL)	Ćwiczenia w warunkach symulowanych (CS)	Zajęcia praktyczne przy pacjencie (PP)	Lektoraty (LE)	Zajęcia wychowania fizycznego (WF)	Praktyki zawodowe (PZ)	Samokształcenie kierowane (SK)	E-learning (EL)	
Semestr zimowy:														
Zakład Zdrowia Publicznego. (Nazwa jednostki realizującej przedmiot)														
Kształcenie bezpośrednie <sup>1</sup>		20												
Kształcenie zdalne <sup>2</sup>	20													
Semestr letni:														

<sup>1</sup> Kształcenie prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia

<sup>2</sup> Kształcenie z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

Zakład Zdrowia Publicznego. (Nazwa jednostki realizującej przedmiot)																	
Kształcenie bezpośrednie																	
Kształcenie zdalne																	
Razem w roku:																	
Zakład Zdrowia Publicznego. (Nazwa jednostki realizującej przedmiot)																	
Kształcenie bezpośrednie		20															
Kształcenie zdalne	20																
Cele kształcenia: (max. 6 pozycji)																	
C1. zapoznanie studentów z zagadnieniami dotyczącymi marketingu ze szczególnym uwzględnieniem rynku usług,																	
C2. przedstawienie interpretacji cech usług i podstawowego instrumentarium w modelu marketingowym 8P																	
C3. przedstawienie podstawowych założeń marketingu relacyjnego.																	
C4. zapoznanie ze sposobami tworzenia planu marketingowego																	
Efekty uczenia się dla przedmiotu w odniesieniu do metod weryfikacji zamierzonych efektów uczenia się oraz formy realizacji zajęć:																	
Numer szczegółowego efektu uczenia się	Student, który zaliczy przedmiot wie/umie/potrafi												Metody weryfikacji osiągnięcia zamierzonych efektów uczenia się	Forma zajęć dydaktycznych * wpisz symbol			
K_W13	Zna główne formy organizacyjne świadczenia usług zdrowotnych												Test zaliczeniowy	WY			
K_U8	Potrafi ocenić skalę problemów zdrowotnych oraz wskazać priorytety zdrowotne i określić ich znaczenie w polityce zdrowotnej												Studium przypadku	SE			
K_U14	Posiada umiejętność współpracy ze środkami masowego przekazu, lokalnymi społecznościami, a także organizacjami pozarządowymi												Studium przypadku	SE,			
K_U29	Potrafi identyfikować procesy polityczne oraz rozumie ich wpływ na problemy zdrowia i całego sektora zdrowotnego												Studium przypadku	SE			
K_K08	Wykazuje tolerancję i otwartość wobec odmiennych poglądów i postaw, ukształtowanych przez różne czynniki społeczno-kulturowe												Obserwacja pracy grupy	SE			
* WY - wykład; SE - seminarium; CA - ćwiczenia audytoryjne; CN - ćwiczenia kierunkowe-niekliniczne; CK - ćwiczenia kliniczne; CL - ćwiczenia laboratoryjne; CS - ćwiczenia w warunkach symulowanych; PP - zajęcia praktyczne przy pacjencie; LE - lektoraty, WF - zajęcia wychowania fizycznego; PZ - praktyki zawodowe; SK - samokształcenie kierowane, EL - E-learning.																	

Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS):	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie itp.)	Obciążenie studenta
1. Godziny w kontakcie bezpośrednim:	20
2. Godziny w kształceniu zdalnym:	20
3. Godziny indywidualnej pracy własnej studenta:	35
4. Godziny samokształcenia kierowanego:	
Sumaryczny nakład pracy studenta:	75
Punkty ECTS za przedmiot:	3
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 <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Wprowadzenie do marketingu. Geneza i ewolucja marketingu, podstawowe pojęcia</li> <li>2. Zarządzanie marketingowe. Rola badań marketingowych. Strategie marketingowe</li> <li>3. Marketing mix</li> <li>4. Marketing internetowy, nowe wyzwania</li> <li>5. Opinia i wizerunek. Marka osobista</li> <li>6. Planowanie marketingowe</li> </ul>	
Seminaria <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Otoczenie przedsiębiorstwa. Analizy marketingowe. – studium przypadku (case study)</li> <li>2. Segmentacja rynku usług. Zorientowanie na klienta. Produkt- niematerialność i wielowymiarowość. Projektowanie. Rola opakowania – studium przypadku (case study)</li> <li>3. Miejsce, czas i cena w usługach. Techniki ustalania cen. Organizacja dystrybucji – studium przypadku (case study)</li> <li>4. Znaczenie ludzi dla zapewnienia jakości w usługach. Wsparcie elementów materialnych – studium przypadku(case study)</li> <li>5. Klient i jego zachowania w procesie zakupu. Marketing wewnętrzny i marketing relacji – studium przypadku (case study)</li> <li>6. Instrumenty promocji i możliwości ich zastosowania – studium przypadku (case study)</li> </ul>	
Ćwiczenia <ul style="list-style-type: none"> <li>1.</li> </ul>	
Inne <ul style="list-style-type: none"> <li>1.</li> <li>2.</li> <li>3.</li> </ul> itd...	
Literatura podstawowa: (wymienić wg istotności, nie więcej niż 3 pozycje) <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Ph. Kotler „Marketing”</li> <li>2. J. Altkorn „Podstawy marketingu”</li> <li>3. J. Otto „Marketing relacji”</li> </ul> Literatura uzupełniająca i inne pomoce: (nie więcej niż 3 pozycje)	
Literatura podstawowa: (wymienić wg istotności, nie więcej niż 3 pozycje) <ul style="list-style-type: none"> <li>1. A. Styś „Marketing usług”</li> <li>2. A.Czubała, A. Jonas, T.Smoleń, J.W.Wiktor „Marketing usług”</li> <li>3. Artykuły w czasopismach marketingowych („Marketing i Rynek”, „Marketing w Praktyce” itp.).</li> </ul>	
Warunki wstępne: (minimalne warunki, jakie powinien student spełnić przed przystąpieniem do przedmiotu) Student powinien posiadać wiedzę na temat podstawowych zasad komunikacji, funkcjonowania rynku ochrony zdrowia oraz podstaw zarządzania.	

Warunki uzyskania zaliczenia przedmiotu: (określić formę, kryteria i warunki zaliczenia zajęć wchodzących w zakres przedmiotu, zasady dopuszczenia do egzaminu końcowego teoretycznego 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

**Wykład:**

- Dopuszczenie do zaliczenia – zaliczenie seminarium; pozytywny wynik zaliczenia testu końcowego MCQ przeprowadzonego na platformie elektronicznej w trakcie zajęć kontaktowych. Test składa się min. z 20 pytań, wymagane do zaliczenia jest udzielenie pozytywnych odpowiedzi na poziomie 60%.

**Seminarium:**

- rozwiązania studium przypadku (case study) są oceniane, każde na 10 pkt; aby zaliczyć seminarium student musi uzyskać minimum 60% z maksymalnej sumy punktów za wszystkie opisy przypadków (60 pkt)
- każda aktywność na zajęciach jest oceniana - za wypowiedź student dostaje dodatkowe punkty

**Praca indywidualna**

- warunkiem dopuszczenia do testu sprawdzającego jest wywiązanie się z zadań w ramach indywidualnej pracy studenta – student powinien obejrzeć film wskazany przez prowadzącego i odpowiedzieć pisemnie na zadane pytania, dodatkowo powinien przygotować prezentację na wybrany temat

Ocena:	Kryteria zaliczenia przedmiotu na ocenę <sup>3</sup>
Bardzo dobra (5,0)	93-100% pozytywnych odpowiedzi na pytania testowe (w przypadku 20 pytań – 19-20 pozytywnych odpowiedzi) 95-100% punktów z rozwiązań case study
Ponad dobra (4,5)	84-92% pozytywnych odpowiedzi na pytania testowe (w przypadku 20 pytań – 17-18 pozytywnych odpowiedzi) 85-90% punktów z rozwiązań case study
Dobra (4,0)	77-83% pozytywnych odpowiedzi na pytania testowe (w przypadku 20 pytań – 15-16 pozytywnych odpowiedzi) 75-80% punktów z rozwiązań case study
Dość dobra (3,5)	68-75% pozytywnych odpowiedzi na pytania testowe (w przypadku 20 pytań – 13-14 pozytywnych odpowiedzi) 68-75% punktów z rozwiązań case study
Dostateczna (3,0)	60%-67% pozytywnych odpowiedzi na pytania testowe (w przypadku 20 pytań – 12 pozytywnych odpowiedzi) 60%-67% punktów z rozwiązań case study
	<b>Kryteria zaliczenia przedmiotu na zaliczenie (bez oceny)<sup>3</sup></b>
zaliczenie	n.d.

Ocena:	Kryteria oceny z egzaminu <sup>3</sup>
Bardzo dobra (5,0)	n.d.
Ponad dobra (4,5)	
Dobra (4,0)	

<sup>3</sup> Weryfikacja musi obejmować wszystkie efekty uczenia się, realizowane podczas wszystkich form kształcenia w ramach danego przedmiotu.

Dość dobra (3,5)	
Dostateczna (3,0)	

Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot:	Zakład Zdrowia Publicznego
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:	Dr Jolanta Grzebieluch
Numer telefonu:	
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	Wykład, seminarium

Data opracowania sylabusa

Imię i nazwisko autora (autorów) sylabusa:

1.10.2021

Dr Jolanta Grzebieluch

Podpis Kierownika/ów jednostki/ek

Prowadzącej/yh zajęcia

Uniwersytet Medyczny we Wrocławiu  
Katedra Zdrowia Populacyjnego  
ZAKŁAD ZDROWIA PUBLICZNEGO...  
p.o. kierownika

dr Dagmara Gawel-Dąbrowska

Uniwersytet Medyczny we Wrocławiu  
WYDZIAŁ NAUK O ZDROWIU  
Podpis Dziekana wydziału zlecającego przedmiot:

dr Monika Przestrzalska, profesor uczelni

<sup>3</sup> Weryfikacja musi obejmować wszystkie efekty uczenia się, realizowane podczas wszystkich form kształcenia w ramach danego przedmiotu.

Potwierdzam

poprawność

przygotowania sylabusa

