

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0919.7ZP2.B/C12.MUZ	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Marketing usług zdrowotnych
	angielskim	Marketing of health services

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Zdrowie Publiczne
1.2. Forma studiów	Stacjonarne/niestacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia drugiego stopnia magisterskie
1.4. Profil studiów*	Ogólnoakademicki
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	Dr hab. Magdalena Tomala
1.6. Kontakt	Magdalena2828@gmail.com

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne*	brak

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Wykłady, ćwiczenia	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Sale dydaktyczne UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	ZO	
3.4. Metody dydaktyczne	Wykład, case study, projekt	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	1. <i>Marketing usług zdrowotnych, Bukowska-Piastrzyńska A., CeDeWu Sp. z o.o.</i> 2. <i>Marketing w ochronie zdrowia, Czerw A., Difin 2010</i> 3. <i>Finansowanie marketingu w ochronie zdrowia, Bukowska-Piastrzyńska A., CeDeWu Sp. z o.o.</i>
	uzupełniająca	1. <i>Jakość usług medycznych, Detyna B., Detyna J., Difin 2011</i> 2. <i>Marketing strategiczny w opiece zdrowotnej, Kotler Ph., Sha-lowitz J., Stevens R.J., Oficyna a Wolters Kluweer Business 2011</i> 3. <i>Ekonomia w ochronie zdrowia, Morris S., Devlin N., Parkin D., Oficyna a Wolters Kluweer Business 2011</i>

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć) Wykład C1 -zapoznanie się z istotą marketingu usług zdrowotnych w warunkach rynkowych, C2 - zapoznanie z marketingiem w usługach medycznych C3. Zapoznaniem z marketingiem w social media Ćwiczenia C1. Przygotowanie reklamy C2 – dokonywanie analizy otoczenia marketingowego oraz przeprowadzania strategii marketingowej C3 – Nabycie kompetencji menadżerskich i marketingowych w instytucjach związanych ze zdrowiem publicznym....	
4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć) <u>Wykłady</u> 1. <i>Marketing Mix.</i> 2. <i>Działalność marketingowa w placówkach zdrowotnych – podejście prawne.</i> 3. <i>Strategia marketingowa.</i> 4. <i>Specyfika marketingu w sieci</i> 5. <i>Marketing w mediach społecznościowych</i> <u>Ćwiczenia</u> 1. <i>Ulotka i plakat w ochronie zdrowia z wykorzystaniem technik marketingowych</i> 2. <i>Reklama w usługach medycznych</i> 3. <i>Reklama zdrowia w mediach społecznościowych.</i> 4. <i>You tube jako platforma marketingowa</i> 5. <i>Sposób na zdrowe życie jako sposób na zarabianie</i>	

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		

W01	Student zdobył wiedzę z przedmiotu Marketing usług zdrowotnych oraz rozumie zależności występujące w gospodarce	ZP2A_W05 ZP2A_W06
W02	Student zna terminologię związaną z marketingiem usług medycznych	
W03	Student posiada wiedzę z zakresu prawa marketingu usług medycznych	
W05	Student posiada wiedzę na temat finansowania marketingu zdrowia w social media	
W06	Student ma wiedze na temat tendencji rozwojowych marketingu usług zdrowotnych	
W07	Student rozróżnia zróżnicowane formy marketingu usług medycznych	
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	Student potrafi ocenić marketing usług medycznych	ZP2A_U04 ZP2A_U07
U02	Student potrafi przygotować strategię marketingową instytucji związanej ze zdrowiem	
U03	Student potrafi przygotować reklamę w usługach medycznych z uwzględnieniem wytycznych prawnych i etycznych	
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Student posiada kompetencje menadżerskie do kierowania placówką medyczna w zakresie marketingu	ZP2A_K01 ZP2A_K04 ZP2A_K05
K02	Student ma kompetencje, aby promować zdrowie w mediach społecznościowych	
K03	Studenta cechuje kompetencja planowania, organizowania i kierowania pracą zespołu	
K04	Student przestrzega zasad etycznych w swojej pracy	

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się																			
Efekty przedmiotowe (symbol)		Sposób weryfikacji (+/-)																	
		Egzamin ustny/pisemny*			Kolokwium*			Projekt*			Aktywność na zajęciach*			Praca własna*			Praca w grupie*		
		Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć		
		W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...
W01		x									x			x					
W02		x									x			x					
W03		x									x			x					
W04		x									x			x					
W05		x									x			x					
W06		x									x			x					
U01								x			x			x					
U02								x			x			x					
U03								x			x			x					
K01								x			x			x					
K02								x			x			x					
K03								x			x			x					
K04								x			x			x					

*niepotrzebne usunąć

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się		
Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
wykład (W)	3	Opanował treści programowe na poziomie podstawowym, prezentuje wiedzę chaotycznie, wymaga prostych pytań naprowadzających. Przygotował strategię marketingową wybranej jednostki jednak nie potrafi wykorzystać teorii do przygotowania projektu.
	3,5	Opanował treści programowe określone programem nauczania, prezentuje wiedzę po ukierunkowaniu, potrafi ją zastosować w typowych sytuacjach. Przygotował strategię marketingową

		wybranej jednostki jednak nie potrafi wykorzystać teorii do przygotowania projektu
	4	Opanował bardziej złożone programowe treści nauczania, prezentuje wiedzę w miarę samodzielne, potrafi zastosować ją w typowych sytuacjach. Swobodnie posługuje się poznanymi pojęciami i przeprowadza niezbyt złożone rozumowania dedukcyjne. Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną w praktyce Samodzielnie korzysta ze źródeł wskazanych i wyszukanych. Przygotował strategię marketingową wybranej jednostki i potrafi wykorzystać teorię do przygotowania projektu.
	4,5	Opanował pełen zakres wiadomości i umiejętności określone programem, prezentuje ją samodzielnie, zna nowości. Rozwiązuje problemy w sytuacjach nowych i złożonych. Sprawnie posługuje się zdobytymi wiadomościami i umiejętnościami w rozwiązywaniu problemów teoretycznych i praktycznych. Potrafi zastosować posiadaną wiedzę do rozwiązywania zadań i problemów w nowych sytuacjach w tym do przygotowania strategii marketingowej. Kreatywny i samodzielny w zdobywaniu nowych informacji.
	5	93-100%. Zakres prezentowanej wiedzy wykracza poza poziom podstawowy w oparciu o samodzielnie zdobyte naukowe źródła informacji/ uzyskanie punktów z zaliczenia pisemnego.
ćwiczenia (C)*	3	Opanował treści programowe na poziomie podstawowym. Przygotował zadania wskazane na ćwiczeniach, jednak nie potrafi wykorzystać teorii do przygotowania projektu.
	3,5	Opanował treści programowe określone programem nauczania, prezentuje wiedzę po ukierunkowaniu, potrafi ją zastosować w typowych sytuacjach. Przygotował zadania wskazane na ćwiczeniach jednak nie potrafi wykorzystać teorii do przygotowania projektu
	4	Opanował bardziej złożone programowe treści nauczania, prezentuje wiedzę w miarę samodzielne, potrafi zastosować ją w typowych sytuacjach. Swobodnie posługuje się poznanymi pojęciami i przeprowadza niezbyt złożone rozumowania dedukcyjne. Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną w praktyce Samodzielnie korzysta ze źródeł wskazanych i wyszukanych. Przygotował zadania wskazane na ćwiczeniach i potrafi w tym celu wykorzystać teorię prezentowaną na wykładzie.
	4,5	Opanował pełen zakres wiadomości i umiejętności określone programem, prezentuje ją samodzielnie, zna nowości. Rozwiązuje problemy w sytuacjach nowych i złożonych. Sprawnie posługuje się zdobytymi wiadomościami i umiejętnościami w rozwiązywaniu problemów teoretycznych i praktycznych. Potrafi zastosować posiadaną wiedzę do rozwiązywania zadań i problemów w nowych sytuacjach w tym do przygotowania strategii marketingowej. Kreatywny i samodzielny w zdobywaniu nowych informacji.
	5	Posiada wiedzę i umiejętności objęte programem nauczania. Samodzielnie i twórczo rozwija własne zainteresowania i umie je zaprezentować. Biegle posługuje się zdobytymi wiadomościami w rozwiązywaniu problemów teoretycznych i praktycznych. Wyraża własne zdanie i poglądy używając odpowiedniej argumentacji. W sposób twórczy i interesujący rozwiązuje nowe zadania, wyciąga wnioski. Potrafi przygotować zadania wskazane na ćwiczeniach w sposób kreatywny i innowacyjny. Zbiera i analizuje informacje korzystając z różnych źródeł.

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	30	20
Udział w wykładach*	15	10
Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*	15	10
Udział w egzaminie/kolokwium zaliczeniowym*		
Inne (jakie?)* e-learning		
SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/	20	30
Przygotowanie do wykładu*	2	10
Przygotowanie do ćwiczeń, konwersatorium, laboratorium*	10	10
Przygotowanie do egzaminu/kolokwium*	8	10
Zebrać materiałów do projektu, kwerenda internetowa*		
Opracowanie prezentacji multimedialnej*		
Inne (należy wskazać jakie? np. e-learning)*		
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	50	50
PUNKTY ECTS za przedmiot	2	2

*niepotrzebne usunąć

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

