

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0919.7ZP1.B/C29.MRUZ	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	<i>Marketing i reklama usług zdrowotnych</i>
	angielskim	Marketing and advertising of medical services

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Zdrowie publiczne
1.2. Forma studiów	Studia stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia licencjackie
1.4. Profil studiów*	Ogólnoakademicki
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	dr Dorota Rębak
1.6. Kontakt	dorota.rebak@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	Język polski
2.2. Wymagania wstępne*	-

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

5. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU		
3.1. Forma zajęć		Wykłady
3.2. Miejsce realizacji zajęć		Pomieszczenia dydaktyczne UJK
3.3. Forma zaliczenia zajęć		ZO
3.4. Metody dydaktyczne		dyskusja wielokrotna (grupowa) (DG), uczenie aktywizujące – analiza przypadków (AP), objaśnienie (OB).
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	1. Bukowska-Piestrzyńska A., Marketing usług zdrowotnych. Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2018. 2. Kautsch M., Zarządzanie w opiece zdrowotnej. Nowe wyzwania (e-book). Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa 2016.
	uzupełniająca	1. Pańczyk M. Podstawy marketingu, Wydawnictwo eMPi2, Poznań 2020. 2. Ustawa z 15 kwietnia 2011 roku o działalności leczniczej (Dz. U. nr 112, poz. 654 z późn. zm.).

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć) C1. Zapoznanie studentów ze specyfiką usługi zdrowotnej C2. Zapoznanie studentów ze sposobami badań i strategii marketingowych rynku usług zdrowotnych C3. Kształtowanie umiejętności planowania działań marketingowych
4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć) Wykład 1. Koncepcja i specyfika marketingu usług, w tym usług zdrowotnych, a także zachowanie klienta, segmentację i pozycjonowanie usług. 2. Rynek, a rynek usług zdrowotnych. 3. Marketing usług, marketing usług zdrowotnych. Ćwiczenia 4. Zagadnienia tworzenia planu marketingowego zakładu opieki zdrowotnej. 5. Segmentacja i pozycjonowanie usług zdrowotnych. 6. Plany marketingowe organizacji ochrony zdrowia.

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	zna specyfikę usługi zdrowotnej i specyfikę marketingu usług zdrowotnych	ZP1A_W09
W02	zna specyfikę założeń i realizacji strategii marketingowych	ZP1A_W07
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	potrafi dobrać strategię marketingowe uwzględniając specyfikę sektora ochrony zdrowia	ZP1A_U09

U02	potrafi opracować plan marketingowy dla podmiotów ochrony zdrowia	ZP1A_U07
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Wykazuje szacunek w stosunku do pacjenta zakładu usług zdrowotnych	ZP1A_K04

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*			Inne (jakie?)*		
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć		
	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...
W01				+																	
W02				+																	
U01																+					
U02																+					
K01																+					

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
wykład (W)	3	61-68%. uzyskanie punktów z zaliczenia pisemnego.
	3,5	69-76%. uzyskanie punktów z zaliczenia pisemnego.
	4	77-84%. uzyskanie punktów z zaliczenia pisemnego.
	4,5	85-92%. uzyskanie punktów z zaliczenia pisemnego.
	5	93-100%. uzyskanie punktów z zaliczenia pisemnego.
ćwiczenia (C)*	3	61-68%. uzyskanie punktów z prac pisemnych grupowych
	3,5	69-76%. uzyskanie punktów z prac pisemnych grupowych
	4	77-84%. uzyskanie punktów z prac pisemnych grupowych
	4,5	85-92%. uzyskanie punktów z prac pisemnych grupowych
	5	93-100%. uzyskanie punktów z prac pisemnych grupowych

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	30	
Udział w wykładach*	15	
Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*	15	
Udział w egzaminie/kolokwium zaliczeniowym*	-	
Inne (jakie?)*	-	
SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/	20	
Przygotowanie do wykładu*	5	
Przygotowanie do ćwiczeń, konwersatorium, laboratorium*	10	
Przygotowanie do egzaminu/kolokwium*	5	
Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa*	-	
Opracowanie prezentacji multimedialnej*	-	
Inne (należy wskazać jakie? np. e-learning)*	-	
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	50	
PUNKTY ECTS za przedmiot	2	

*niepotrzebne usunąć

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

.....