

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

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 - Koncepcja i specyfika marketingu usług, w tym usług zdrowotnych, a także zachowanie klienta, segmentację i pozycjonowanie usług. - Rynek, a rynek usług zdrowotnych. - Marketing usług, marketing usług zdrowotnych. Ćwiczenia - Zagadnienia tworzenia planu marketingowego zakładu opieki zdrowotnej. - Segmentacja i pozycjonowanie usług zdrowotnych. - 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 marketingową 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)

.....