

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0919.4.ZP2.B/C.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
1.3. Poziom studiów	Studia drugiego stopnia magisterskie
1.4. Profil studiów*	Ogólnoakademicki
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	mgr Bartosz Rębak
1.6. Kontakt	bartosz.rebak@ujk.edu.pl

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. Bukowska-Piestrzyńska A., Marketing usług zdrowotnych, CeDeWu, 2018.
	uzupełniająca	1. J. Szczepański, Strategiczny Brand Marketing,, Onepress Helion, 2018 2. J. Królewski, P.Sala, E-marketing, Warszawa: PWN, 2021 3. B. Gregor, D. Kaczorowska-Spychalska, Marketing w erze technologii cyfrowych, Warszawa: PWN, 2018 4. A. Czerw, Marketing w ochronie zdrowia, Difin, Warszawa 2010

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć) Wykład: C1. Zapoznanie studenta z istotą marketingu usług zdrowotnych. C2. Zapoznanie studenta z etapami działalności marketingowej w ochronie zdrowia. C3. Zapoznanie studenta z procesem tworzenia strategii marketingowej oraz jej specyfiki w zakresie usług zdrowotnych. C4. Zapoznanie studenta ze sposobem wykorzystania kanałów komunikacji w marketingu usług zdrowotnych. C5. Zapoznanie studenta z istotą marketingu doświadczeń w zakresie usług zdrowotnych. Ćwiczenia: C1. Wyposażenie studenta w kompetencje dokonywania researchu i segmentacji rynku usług zdrowotnych. C2. Wyposażenie studenta w kompetencje identyfikacji i wyboru grupy docelowej marketingu usługi zdrowotnej. C3. Nabycie przez studenta umiejętności dokonywania wyboru i wykorzystania narzędzi do pozycjonowania marki. C4. Nabycie przez studenta umiejętności dokonywania wyboru odpowiednich kanałów komunikacji w zakresie realizacji strategii marketingu usługi zdrowotnej. C5. Nabycie przez studenta kompetencji przygotowania uproszczonej strategii marketingowej usługi zdrowotnej.	
4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć) Wykład: 1. Wprowadzenie do marketingu usług zdrowotnych. 2. Badania i strategia. 3. Pozycjonowanie. Branding medyczny. 4. Kanały komunikacji i media. 5. Marketing doświadczeń. Ćwiczenia: 1. Wprowadzenie do projektu. Research. 2. Segmentacja rynku. Określenie celu strategii. 3. Targetowanie: wybór i identyfikacja grupy docelowej.	

4. Marka i pozycjonowanie.
5. Dobór mediów.

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	zdołał pogłębić wiedzę z zakresu działalności marketingowej w sferze usług zdrowotnych oraz zna terminologię związaną z marketingiem usług medycznych	ZP2A_W05 ZP2A_W11
W02	posiada wiedzę z zakresu prawa marketingu usług medycznych	
W03	posiada wiedzę z zakresu przeprowadzenia procesu tworzenia strategii marketingowej w odniesieniu do usług medycznych	
W04	ma wiedzę na temat tendencji rozwojowych marketingu usług zdrowotnych	
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	potrafi dokonać charakterystyki usług medycznych w kontekście marketingu prowadzonego przez podmioty działające na tym rynku	ZP2A_U04 ZP2A_U07
U02	potrafi dokonać segmentacji rynku usług medycznych oraz trafnie dokonać oceny i wyboru grupy docelowej usługi medycznej	
U03	potrafi dostosować wybór kanałów komunikacji do specyfiki marketingu usług medycznych	
U04	potrafi przygotować strategię marketingową instytucji związanej ze zdrowiem	
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	posiada kompetencje menadżerskie do kierowania placówką medyczną w zakresie marketingu	ZP2A_K01 ZP2A_K04
K02	ma kompetencje, aby wyznaczać kierunki promocji usługi medycznej z uwzględnieniem zasad etyki	
K03	cechuje kompetencja planowania, organizowania i kierowania pracą zespołu	

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?)* np. test - stosowany w e-learningu		
	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							x						x			x					
W02							x						x			x					
W03							x						x			x					
W04							x						x			x					
U01							x						x			x					
U02								x						x			x				
U03								x						x			x				
U04								x						x			x				
K01								x						x			x				
K02								x						x			x				
K03								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 samodzielnie, potrafi zastosować ją w typowych sytuacjach. Swobodnie posługuje się połączonymi 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 samodzielnie, potrafi zastosować ją w typowych sytuacjach. Swobodnie posługuje się połączonymi 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
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	30
Udział w wykładach	15
Udział w ćwiczeniach,	15
SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/	20
Przygotowanie do ćwiczeń	10
Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa	5
Opracowanie prezentacji multimedialnej	5
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	50
PUNKTY ECTS za przedmiot	2

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

.....