



## Marketing usług zdrowotnych

<b>1. METRYCZKA</b>	
<b>Rok akademicki</b>	2022/2023
<b>Wydział</b>	Nauk o zdrowiu
<b>Kierunek studiów</b>	Zdrowie publiczne
<b>Dyscyplina wiodąca</b> <i>(zgodnie z załącznikiem do Rozporządzenia Ministra NiSW z 26 lipca 2019)</i>	Nauki o zdrowiu
<b>Profil studiów</b> <i>(ogólnoakademicki/praktyczny)</i>	Ogólnoakademicki
<b>Poziom kształcenia</b> <i>(I stopnia/II stopnia/ jednolite magisterskie)</i>	II stopnia
<b>Forma studiów</b> <i>(stacjonarne/niestacjonarne)</i>	Stacjonarne
<b>Typ modułu/przedmiotu</b> <i>(obowiązkowy/fakultatywny)</i>	Obowiązkowy
<b>Forma weryfikacji efektów uczenia się</b> <i>(egzamin/zaliczenie)</i>	Zaliczenie
<b>Jednostka/jednostki prowadząca/e</b> <i>(oraz adres/y jednostki/jednostek)</i>	Zakład Zdrowia Publicznego
<b>Kierownik jednostki/kierownicy jednostek</b>	prof. dr hab. Mariusz Gujski
<b>Koordynator przedmiotu</b> <i>(tytuł, imię, nazwisko, kontakt)</i>	dr Wanda Baltaza

<b>Osoba odpowiedzialna za sylabus</b> <i>(imię, nazwisko oraz kontakt do osoby, której należy zgłaszać uwagi dotyczące sylabusu)</i>	dr Wanda Baltaza <a href="mailto:wanda.baltaza@wum.edu.pl">wanda.baltaza@wum.edu.pl</a>
<b>Prowadzący zajęcia</b>	dr Wanda Baltaza

## 2. INFORMACJE PODSTAWOWE

<b>Rok i semestr studiów</b>	Rok II, semestr I	<b>Liczba punktów ECTS</b>	1.2
<b>FORMA PROWADZENIA ZAJĘĆ</b>		<b>Liczba godzin</b>	<b>Kalkulacja punktów ECTS</b>
<b>Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim</b>			
wykład (W)		10	0.4
seminarium (S)		10	0.4
ćwiczenia (C)			
e-learning (e-L)			
zajęcia praktyczne (ZP)			
praktyka zawodowa (PZ)			
<b>Samodzielna praca studenta</b>			
Przygotowanie do zajęć i zaliczeń		10	0.4

## 3. CELE KSZTAŁCENIA

C1	Celem zajęć jest przedstawienie studentom podstaw marketingu.
C2	Celem zajęć jest nauczenie studenta myślenia marketingowego w sektorze usług zdrowotnych.

## 4. EFEKTY UCZENIA SIĘ

<b>Numer efektu uczenia się</b>	<b>Efekty w zakresie</b>
<b>Wiedzy – Absolwent zna i rozumie:</b>	
EK_ZP2_W09	Syntetyzuje posiadaną wiedzę na temat procesów interpersonalnych
EK_ZP2_W25	Definiuje czynniki warunkujące skuteczne i efektywne zarządzanie zasobami ludzkimi
<b>Umiejętności – Absolwent potrafi:</b>	

EK_ZP2_U01	Doskonali umiejętności integrowania wiedzy teoretycznej z praktyką w zakresie komunikowania się i pracy w zespole
EK_ZP2_U02	Planuje i analizuje procesy komunikacyjne tak, aby osiągać wyznaczone cele i podnosić ich skuteczność

**Kompetencji społecznych – Absolwent jest gotów do:**

EK_ZP2_K07	Odpowiedzialnie projektuje zadania, przeznaczone dla kierowanej przez siebie grupy i wyjaśnia wymagania stawiane personelowi
EK_ZP2_K09	Formułuje przejrzyste i szczegółowe wypowiedzi ustne i pisemne rozważając zalety i wady różnych rozwiązań

## 5. ZAJĘCIA

Forma zajęć	Treści programowe	Efekty uczenia się
<b>Wykład</b>	1. Podstawy marketingu - Definicje i najważniejsze pojęcia marketingu.	EK_ZP2_W25
	2. Podstawy marketingu - zadania marketingu.	EK_ZP2_W25
	3. Reklama, promocja, public relations, marketing bezpośredni. Cele reklamowe.	EK_ZP2_U01 EK_ZP2_U02
	4. Media planning - wybór mediów. Promocja sprzedaży. Marketingowe public relations. Rozwój marketingu bezpośredniego.	EK_ZP2_U01 EK_ZP2_U02
	5. Strategia konkurencji. Segmenty rynku. Identyfikacja i analiza konkurencji. Projektowanie strategii konkurencyjnych. Rozpoznawanie segmentów rynku i wybór rynków docelowych.	EK_ZP2_W09 EK_ZP2_K07 EK_ZP2_K09
<b>Seminarium</b>	6. Zmiany zachodzące w biznesie i marketingu.	EK_ZP2_U02

## 6. LITERATURA

**Obowiązkowa**

1. Philip Kotler - MARKETING

**Uzupełniająca**

1. Neil Baum - Marketing your clinical practice.

## 7. SPOSOBY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Symbol przedmiotowego efektu uczenia się	Sposoby weryfikacji efektu uczenia się	Kryterium zaliczenia
EK_ZP2_W09; EK_ZP2_W25; EK_ZP2_U01; EK_ZP2_U02; EK_ZP2_K09	Aktywność studenta podczas seminarium, umiejętność udzielania odpowiedzi na zadawane pytania, umiejętność logicznego myślenia i formułowania wniosków.	Ocena aktywności studenta na zajęciach, ocena pracy studenta w podgrupach.

EK_ZP2_K07; EK_ZP2_K09	Opracowanie projektu na zadany temat.	Ocena projektu na zadany studentowi temat.
---------------------------	---------------------------------------	--

## 8. INFORMACJE DODATKOWE

W czasie zaplanowanym na samokształcenie student dokonuje przeglądu literatury oraz opracowuje koncepcję problemu do samodzielnego rozwiązania. Podczas seminariów zostanie oceniona wiedza studenta nabyta w czasie pracy samodzielnej w oparciu o trafność odpowiedzi na zadawane przez nauczyciela pytania.