

KARTA PRZEDMIOTU

Wydział Lekarski i Nauk o Zdrowiu
Kierunek studiów: FIZJOTERAPIA
Forma studiów: Stacjonarne/ Niestacjonarne
Stopień studiów: Magisterskie, jednolite
Specjalności: Bez specjalności
2023/2024

NAZWA PRZEDMIOTU	
NAZWA PRZEDMIOTU	Zarządzanie i Marketing
LICZBA PUNKTÓW ECTS	1
JĘZYK WYKŁADOWY	Polski
PROWADZĄCY	Dr Anna Mokrzycka
OSOBA ODPOWIEDZIALNA	Dr Anna Mokrzycka
LICZBA GODZIN:	
WYKŁADY:	17
ĆWICZENIA:	-
CELE PRZEDMIOTU	
CEL 1:	Głównym celem jest zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami dotyczącymi zarządzania i marketing, ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki podmiotów leczniczych, działających zarówno na rynku, jak i w publicznym systemie OZ, dotyczącymi metod, narzędzi i procesów zarządzania w otoczeniu konkurencyjnym.
CEL 2:	Zapoznanie z elementami strategii biznesowej/marketingowej w małych, średnich i dużych podmiotach oraz specyfiki takich strategii w warunkach kontraktowania usług leczniczych.
EFEKTY UCZENIA SIĘ	
	W – student zna i rozumie U- student potrafi K- student jest gotów do
BW15.:	Student posiada wiedzę w zakresie podstaw zarządzania, istotnych problemów w obszarze regulacji prawnych, planowania strategicznego i operacyjnego oraz kluczowych zagadnień skutecznego marketingu. Posiada wiedzę na temat uwarunkowań rynkowych, otoczenia rynkowego, w szczególności podmiotów leczniczych (niepublicznych i publicznych). Zna zasady organizacji i finansowania systemu ochrony zdrowia w Rzeczypospolitej Polskiej oraz ekonomiczne uwarunkowania udzielania świadczeń z zakresu fizjoterapii.

NAZWA PRZEDMIOTU	
BW21.:	<p>Student zna i rozumie zasady funkcjonowania instrumentarium zarządczego, narzędzi, metod i procesów w zróżnicowanych obszarach zarządzania podmiotem.</p> <p>Zna narzędzia informatyczne i statystyczne służące do opracowywania i przedstawiania danych oraz rozwiązywania problemów.</p>
BU4./7.:	<p>Student potrafi zastosować instrumenty, narzędzia zarządcze, zaaplikować metody, strategie i procesy, ma potencjał i możliwości wykorzystania ich w różnych obszarach zarządzania w podmiocie.</p> <p>Umie organizować działania ukierunkowane na edukację zdrowotną, promocję zdrowia i profilaktykę niepełnosprawności;</p> <p>Umie przeprowadzić uproszczoną analizę rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu fizjoterapii;</p>
BU7.; BU8.:	<p>Student potrafi współpracować w zespole, ma świadomość złożoności problemów związanych z zarządzaniem, rozumie konieczność ciągłego uczenia się, dostosowywania do zmieniającego się otoczenia rynkowego. Potrafi w sposób racjonalny organizować działanie zespołu, szczególnie w kontekście działalności fizjoterapeutycznej uwzględniając specyfikę podejścia systemowego w OZ.</p> <p>Umie identyfikować podstawowe problemy etyczne dotyczące współczesnej medycyny, ochrony życia i zdrowia oraz uwzględnić w planowaniu i przebiegu fizjoterapii uwarunkowania kulturowe, religijne i etniczne pacjentów;</p>
K5	<p>Student potrafi krytycznie ocenić działania własne i innych pod względem możliwości realizacyjnych, racjonalności, efektywności, skuteczności oraz dokonać weryfikacji proponowanych rozwiązań, strategii.</p> <p>Student jest gotów do dostrzegania i rozpoznawania własnych ograniczeń, dokonywania samooceny deficytów i potrzeb edukacyjnych;</p>
WYMAGANIA WSTĘPNE	
	Brak wymagań.
TREŚCI PROGRAMOWE	SZCZEGÓŁOWY OPIS BLOKÓW TEMATYCZNYCH
WYKŁAD 1:	Wprowadzenie do tematyki: podstawowe pojęcia z zakresu wiedzy o zarządzaniu, kierowaniu i organizacji funkcjonowania podmiotów na rynku. Definiowanie pojęć kluczowych, specyfika zarządzania i marketingu w ochronie zdrowia. Podstawowe modele i elementy organizacji, otoczenie organizacji (organizacja służąca otoczeniu OSO).
WYKŁAD 2:	Teoria i praktyka zarządzania: istota zarządzania, kluczowe problemy na poziomach: regulacyjnym (normatywnym), strategicznym, operacyjnym. Strategia biznesowa: cele, środki, perspektywy czasowe, biznesplan, analiza rynku i konkurencji.
WYKŁAD 3:	Modele biznesowe: geneza, pojęcie, elementy składowe modelu biznesowego. Model Canvas i Lean Canvas, możliwości wykorzystania w praktyce, znaczenie dla rozwoju w czasach współczesnych. Nowe podejście do biznesu i marketingu w pespektywie priorytetu zdrowia populacyjnego.

NAZWA PRZEDMIOTU	
WYKŁAD 4:	Marketing: znaczenie, instrumenty, rodzaje, funkcje i rola reklamy w budowaniu marki. Strategia marketingowa jako strategia funkcjonalna. Marketing mix – pojęcie i elementy: produkt, cena, promocja, dystrybucja: adaptacja na potrzeby usług medycznych/zdrowotnych. Zachowania konsumentów, komunikacja i tworzenie więzi z konsumentem usług. Specyfika w kontekście usług i produktów leczniczych/ zdrowotnych.
WYKŁAD 5:	Zarządzanie rozwojem organizacji – cykl życia organizacji, etapy rozwoju organizacji a model biznesowy; wybory w obszarze źródeł finansowania, strategii i struktury. Zarządzanie zasobami ludzkimi.
WYKŁAD 6:	Jakość w usługach medycznych – zarządzanie jakością. Podsumowanie kluczowych treści wykładowych.
KONWERSATORIUM: 1	Nie dotyczy
ĆWICZENIE 1	Nie dotyczy
METODY DYDAKTYCZNE	
	Wykład, Prezentacje multimedialne, Dyskusja i inne elementy interaktywne wykładu (wykład poprzedzony informacją dot. literatury do zapoznania się i dyskusji), praca w grupach, studium przypadku.
NAKLAD PRACY STUDENTA:	
GODZINY KONTAKTOWE Z NAUCZYCIELEM AKADEMICKIM	17
GODZINY BEZ UDZIAŁU NAUCZYCIELA AKADEMICKIEGO	Przygotowanie projektu zaliczeniowego - 8
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU	25
REGULAMIN ZAJĘĆ I WARUNKI ZALICZENIA	
	Podstawowym warunkiem dopuszczenia do zaliczenia jest obecność na zajęciach w 90% (wszystkie nieobecności muszą być odrobione w formie pracy indywidualnej) oraz aktywność w części interaktywnej wykładu (przygotowanie do dyskusji na zadany temat związany z podaną literaturą, uczestnictwo w pracy w grupie). Warunkiem uzyskania oceny jest przygotowanie pracy projektowej przedstawiającej złożone zagadnienie powiązane z tematyką wykładu: analiza przypadku, opracowanie strategii biznesowej/ marketingowej, modelu, biznesplanu, z wykorzystaniem metod prezentowanych na wykładach oraz uczestnictwo w sesji zaliczeniowej (dyskusja w grupie).
METODY OCENY POSTĘPU STUDENTÓW:	
W ZAKRESIE WIEDZY:	Ocena projektu: student zna i rozumie przedstawiane zagadnienie, operuje podstawowymi informacjami z zakresu regulacji prawnych, odnosi się do listy źródeł.
W ZAKRESIE UMIEJĘTNOŚCI:	Ocena sposobu ujęcia i prezentacji projektu i jego zawartości: student prawidłowo analizuje zagadnienie, potrafi w sposób jasny, komunikatywny i zrozumiały wytłumaczyć przedstawiane treści i przekonać do przedstawionych argumentów.

NAZWA PRZEDMIOTU	
W ZAKRESIE KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:	Obserwacja: Student potrafi współpracować w zespole w sposób zapewniający spójność projektu grupowego, nawiązuje do zagadnień wspólnych, ale unika powtarzania treści, wykazuje się samodzielnością i jednocześnie aktywnie i skutecznie komunikuje się z grupą.
SPRAWDZIANY KSZTAŁTUJĄCE:	W przypadku nieobecności na zajęciach przekraczającej 60% przewidywane są indywidualne kolokwia z opuszczonych treści wykładowych.
SPRAWDZIANY PODSUMOWUJĄCE (I i II termin)	Termin I: Przygotowanie i prezentacja wkładu własnego do grupowej pracy projektowej. Termin II: Przygotowanie i prezentacja wkładu własnego do grupowej pracy projektowej- indywidualne konsultacje wersji nowej lub poprawionej.
KRYTERIA EGZAMINU/ ZALICZENIA Z OCENĄ	
NA OCENĘ 3,0	Spełnienie wymogów pracy projektowej na poziomie dostatecznym (60%)- znajomość podstawowej teorii/literatury, regulacji; umiejętność odpowiedzi na podstawowe pytania, odtwórczy charakter opracowania.
NA OCENĘ 3,5	Spełnienie wymogów pracy projektowej na poziomie ponad dostatecznym (70%)– poszerzona znajomość teorii/literatury, regulacji; umiejętność odpowiedzi na pytania o wyższym stopniu trudności, widoczne elementy indywidualnego wkładu do opracowania.
NA OCENĘ 4,0	Spełnienie wymogów pracy projektowej na poziomie dobrym (80%)–dobra znajomość trudniejszej teorii/ nowych pozycji literatury, aktualnych regulacji; umiejętność odpowiedzi na pytania o znacznym stopniu trudności, istotny indywidualny wkład do opracowania.
NA OCENĘ 4,5	Spełnienie wymogów pracy projektowej na poziomie ponad dobrym (90%) – bardzo dobra znajomość trudniejszej teorii/ nowych pozycji literatury, aktualnych regulacji i ich wpływu na rynek; umiejętność odpowiedzi na pytania o znacznym stopniu trudności, istotny indywidualny wkład do opracowania, udokumentowana aktywność w trakcie całych zajęć (zgłoszony i przedstawiony referat, analiza, studium przypadku do dyskusji).
NA OCENĘ 5,0	Spełnienie wymogów pracy projektowej na poziomie bardzo dobrym (ponad 90%)– wyróżniająca się znajomość trudniejszej teorii/ nowych pozycji literatury, aktualnych regulacji i ich wpływu na rynek; umiejętność odpowiedzi na pytania o znacznym stopniu trudności, istotny indywidualny wkład do opracowania, udokumentowana wyjątkowo wysoka aktywność w trakcie całych zajęć (zgłoszony i przedstawiony referat, analiza, studium przypadku do dyskusji, częste zaangażowanie i inicjatywa własna w dyskusji i innych pracach grupowych na bazie zróżnicowanej literatury/ źródeł zawierających wieloaspektowe informacje (wyczerpująco, na podstawie wielu pozycji literatury, z opracowaniami własnymi - schemat, wykres).
LITERATURA OBOWIĄZKOWA	
	M. Dołhasz, J. Fudaliński, M. Kosała, H. Smutek—Podstawy zarządzania. Strategie, koncepcje, zastosowania, PWN, Warszawa 2009.
	Aktualnie obowiązujące akty prawne dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej, podmiotów leczniczych, zarządzania i marketingu podawane na bieżąco zależnie od potrzeb (referaty) i adekwatnie do stanu prawnego.
LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA	
	<u>Szopik-Depczyńska Katarzyna, Miciuła Ireneusz</u> , innowacje i zarządzanie w XXIw., Wydawnictwo Naukowe Sophia, 2016

NAZWA PRZEDMIOTU	
	E. Czyż-Gwiazda, M. Lisiecka-Biełanowicz, K. Lisiecka, Projakościowe zarządzanie w organizacjach ochrony zdrowia diagnoza i kierunki doskonalenia, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice 2017.
	Dobska M. (red.), Zarządzanie podmiotem leczniczym, praca zbiorowa, PZWL, 2018.
	G. Roth, M. Kurtyka, Zarządzanie zmianą od strategii do działania. Jak połączyć wizję ludzi i organizację w służbie strategii, CEDEWU, Warszawa 2019.
	Lina E. Swayne, Jack Duncan W., Peter M. Ginter, Zarządzanie strategiczne w ochronie zdrowia, Wolters Kluwer, Warszawa 2012.
	Ph. Kotler, K. Keller—Marketing, REBIS, Warszawa 2012.