

KARTA MODUŁU 2023/2024

I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE							
COLLEGIUM WITELONA UCZELNIA PAŃSTWOWA WYDZIAŁ NAUK O ZDROWIU I KULTURZE FIZYCZNEJ							
Kierunek studiów:		Zdrowie publiczne					
Poziom studiów:		II stopień					
Profil studiów:		praktyczny					
Forma studiów:		stacjonarne					
Nazwa modułu:		Marketing usług zdrowotnych					
Rodzaj modułu:		Fakultatywny					
Język wykładowy:		Język polski*					
Rok studiów:	1	Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:					
Semestr:	2	Wykład	Laboratorium	Ćwiczenia	Seminarium	Zajęcia praktyczne	Praktyki zawodowe
Liczba punktów ECTS ogółem:	3	10	-	30	-	-	-
Forma zaliczenia:		Zaliczenie na ocenę					
Wymagania wstępne:		-					
II. CELE KSZTAŁCENIA							
Cele kształcenia:							
Cel 1: . Zaznajomienie z tematyką i przedmiotem marketingu w ochronie zdrowia. Cel 2:. Poznać zasady budowania planu marketingowego, określania słabych i silnych stron oraz szans i zagrożeń placówki na rynku usług medycznych. Cel3: Poznać czynniki, które pozwalają zwrócić uwagę pacjentów.							
III. EFEKTY UCZENIA SIĘ WRAZ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH ORAZ METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW							
Efekt	Student, który zaliczył moduł w zakresie:					Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji
wiedzy:							
1	Student posiada pogłębioną wiedzę na temat organizacji i finansowania systemów ochrony zdrowia w Polsce i na świecie.					K2ZP_W10	kolokwium
umiejętności:							
1	Student potrafi przeprowadzić krytyczne analizy i interpretację ekspertyz, raportów z zakresu polityki zdrowotnej, ekonomiki zdrowia, stanu zdrowia społeczeństwa.					K2ZP_U08	kolokwium
2	Student posiada umiejętności przeprowadzania analizy kosztów ekonomicznych usług medycznych, profilaktyki i promocji zdrowia.					K2ZP_U16	kolokwium
3	Student posiada umiejętności oceny sytuacji finansowej jednostek prowadzących działalność leczniczą, przy wykorzystaniu nowoczesnych narzędzi i metody analizy strategicznej.					K2ZP_U17	kolokwium
kompetencji społecznych:							
1	Student wykazuje gotowość współdziałania w zespole interdyscyplinarnym w rozwiązywaniu problemów zdrowotnych.					K2ZP_K06	kolokwium
IV. TREŚCI PROGRAMOWE							
Treści programowe (tematyka zajęć, zaprezentowana z podziałem na poszczególne formy zajęć z określeniem liczby godzin potrzebnych na ich realizację)							
Wykład							

Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin S
Wykład 1	Segmentacja rynku. Czynniki wpływające na decyzję zakupu.	2
Wykład 2	Rozwój marketingu w działalności usług zdrowotnych.	2
Wykład 3	Marketingowa strategia działania. Pojęcie produktu na rynku medycznym. Sposoby ustalania ceny.	2
Wykład 4	Czynniki pozwalające na zwrócenie uwagi pacjentów. Narzędzia budowania wizerunku placówki.	2
Wykład 5	Zachowanie i rola personelu. Istota komunikacji z pacjentem. Komunikacja niewerbalna.	2
Ćwiczenia		
Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin S
Ćwiczenie 1	Promocja usług. Promocja placówki.	5
Ćwiczenie 2	Jakość usług zdrowotnych, ich niezawodność. Czas oczekiwania. Zadowolenie pacjentów.	5
Ćwiczenie 3	Plan marketingowy. Budowa i funkcje. Analiza SWOT na przykładzie.	5
Ćwiczenie 4	Budowanie wizerunku placówki.	5
Ćwiczenie 5	Praktyczne aspekty zwrócenia uwagi pacjentów na placówkę medyczną.	5
Ćwiczenie 6	Nauka komunikacji z pacjentem jako element budowania pozytywnego wizerunku placówki medycznej.	5
V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE		
1. Metody kształcenia: • wykład informacyjny; • dyskusja dydaktyczna; • ćwiczenia przedmiotowe; 2. Narzędzia (środki) dydaktyczne: • Projektor/tablica multimedialna • Tablica		
VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU		
Forma zaliczenia modułu. Zaliczenie na ocenę Kryteria oceny formującej*** • kolokwium; • aktywność podczas zajęć; Podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne określone są indywidualnie, jednak powinny zachować adekwatność wobec zaplanowanych efektów uczenia się		
VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA		
Kategoria		Obciążenie studenta
Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)		40
Udział w wykładach		10
Udział w innych formach zajęć		30
Inne (-)		
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)		35
Przygotowanie do wykładu		10
Przygotowanie do innych form zajęć		10
Przygotowanie do egzaminu		10

Przygotowanie do zaliczenia innych zajęć	5
Inne (np. gromadzenie materiałów do projektu, kwerenda internetowa, opracowanie prezentacji multimedialnej itp.)	
Łączna liczba godzin	75
Punkty ECTS za moduł	3
VIII. ZALECANA LITERATURA	
Literatura podstawowa: 1. Nowotarska-Romaniak B., Marketing usług zdrowotnych. Koncepcja i stosowanie, Wolters Kluwer, 2008. 2. Nowotarska-Romaniak B., Marketing usług zdrowotnych, ABC, Warszawa, 2008. 3. Bukowska-Piestryńska A., Marketing usług zdrowotnych. Od budowania wizerunku placówki do zadowolenia klientów, CEDEWU, Warszawa, 2008.	
Literatura uzupełniająca: 1. . Fedorowski J., Niżankowski R., Ekonomia medycyny, Wydawnictwo Lekarskie PZWL, Warszawa, 2002. 2. Rudawska I., Opieka zdrowotna. Aspekty rynkowe i marketingowe, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007.	

*należy odpowiednio wypełnić

**należy wpisać formę/formy przypisane do modułu określone w programie studiów (wykład, ćwiczenia, seminarium, konwersatorium, lektorat, laboratorium, warsztat, projekt, zajęcia praktyczne, zajęcia terenowe, zajęcia wychowania fizycznego, praktyka zawodowa, inne)

*** należy wpisać odpowiednie kryteria oceny