

KARTA MODUŁU 2024/2025

I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE							
COLLEGIUM WITELONA UCZELNIA PAŃSTWOWA WYDZIAŁ NAUK O ZDROWIU I KULTURZE FIZYCZNEJ							
Kierunek studiów:	Fizjoterapia						
Poziom studiów:	magisterskie						
Profil studiów:	praktyczny						
Forma studiów:	stacjonarne						
Nazwa modułu:	Zarządzanie i marketing						
Rodzaj modułu:	Nauki ogólne						
Język wykładowy:	Język polski*						
Rok studiów:	1	Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:					
Semestr:	1	Wykład	Laboratorium	Ćwiczenia	Seminarium	Zajęcia praktyczne	Praktyki zawodowe
Liczba punktów ECTS ogółem:	1	15	-	-	-	-	-
Forma zaliczenia:	Zaliczenie na ocenę						
Wymagania wstępne:	Student posiada podstawowe wiadomości o zarządzaniu						
II. CELE KSZTAŁCENIA							
Cele kształcenia:							
Cel 1: Zapoznanie studentów z elementami zarządzania							
Cel 2: Opanowanie przez studentów wiedzy dotyczącej podstawowych narzędzi marketingowych							
III. EFEKTY UCZENIA SIĘ WRAZ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH							
Efekt uczenia się	Student, który zaliczył moduł w zakresie:						Odniesienie do efektów kierunkowych
wiedzy:							
1	Zna i rozumie zasady kierowania zespołem terapeutycznym oraz organizacji i zarządzania podmiotami prowadzącymi działalność rehabilitacyjną						B.W16.
2	zna i rozumie zasady zatrudniania osób z różnym stopniem niepełnosprawności						B.W17.
3	Zna i rozumie zasady etyczne współczesnego marketingu medycznego						B.W18.
4	Zna i rozumie zasady przeprowadzania uproszczonej analizy rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu fizjoterapii						B.W19.
umiejętności:							
1	Potrafi oszacować koszt postępowania fizjoterapeutycznego						B.U6.
2	Potrafi przeprowadzić uproszczoną analizę rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu fizjoterapii						B.U7.
kompetencji społecznych:							
1	Jest gotów do dostrzegania i rozpoznawania własnych ograniczeń, dokonywania samooceny deficytów i potrzeb edukacyjnych						K5.
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	Podstawowe pojęcia z zarządzania i marketingu	3
Wykład 2	Funkcje zarządzania – planowanie, organizowanie, motywowanie i controlling	3
Wykład 3	Zarządzanie zasobami ludzkimi i materialnymi	3
Wykład 4	Zarządzanie operacyjne i strategiczne	3
Wykład 5	Główne elementy marketingu. Marketing Mix	3
V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE		
<p>1. Metody kształcenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> Wykład informacyjny Dyskusja Rozwiązywanie problemów <p>2. Narzędzia (środki) dydaktyczne:</p> <ul style="list-style-type: none"> Projektor/tablica multimedialna Tablica 		
VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU		
<p>1. Formy zaliczenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> zaliczenie z oceną <p>2. Sposób weryfikacji i oceniania efektów uczenia się:</p> <ul style="list-style-type: none"> Kolokwium - test Aktywność podczas zajęć Obserwacja zachowań <p>3. Podstawowe kryteria oceny:</p> <p>- test wiedzy:</p> <ul style="list-style-type: none"> 91% - 100% - ocena bardzo dobra 81% - 90% - ocena dobra plus 71% - 80% - ocena dobra 61% - 70% - ocena dostateczna plus 51% - 60% - ocena dostateczna 50% i poniżej - ocena niedostateczna 		
VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA		
Kategoria		Obciążenie studenta
Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)		
Udział w wykładach		15
Udział w innych formach zajęć		
Inne (-)		-
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)		
Przygotowanie do wykładu		5
Przygotowanie do innych form zajęć		-
Przygotowanie do egzaminu		-

Przygotowanie do zaliczenia innych zajęć (wykładów)	5
Łączna liczba godzin	25
Punkty ECTS za moduł	1
VIII. ZALECANA LITERATURA	
Literatura podstawowa:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Wybrane aspekty zarządzania przedsiębiorstwem. (Red. M. Przybyła). Wyd. AE im O. Langego, Wrocław, 2000. 2. Griffin R.W. Podstawy zarządzania organizacjami. PWN, Warszawa, 2014. 3. Kotler P., Keller K.L., Marketing, Rebis, Poznań, 2022 	
Literatura uzupełniająca:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Oleksyn T. Zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacji. Wolters Kluwer, Warszawa, 2017. 2. Lewandowska-Bratek J., Sprawne zarządzanie planowaniem przedsiębiorstwa : od pomysłu do biznesu. Cz. 1, Poznań 2022 	