KARTA MODUŁU

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	-	-	-	-	-
Liczba punktów ECTS ogółem:	1	10	-	-	-	-	-
Forma zaliczenia:	Zaliczenie z oceną						
Wymagania wstępne:	Brak wymagań wstępnych.						

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:		
B.W16.	zna i rozumie zasady kierowania zespołem terapeutycznym oraz organizacji i zarządzania podmiotami prowadzącymi działalność rehabilitacyjną;	K3F_W03
B.W18.	zna i rozumie zasady etyczne współczesnego marketingu medycznego;	K3F_W03
B.W19.	zna i rozumie zasady przeprowadzania uproszczonej analizy rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu fizjoterapii;	K3F_W03
umiejętności:		
-	-	-
kompetencji społecznych:		
K3F_K02	jest gotów do dostrzegania i rozpoznawania własnych ograniczeń, dokonywania samooceny deficytów i potrzeb edukacyjnych.	K3F_K02

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	Przedstawienie karty modułu. Podstawowe pojęcia z zarządzania i marketingu.	2
Wykład 2	Funkcje zarzadzania – planowanie, organizowanie, motywowanie i controlling.	2

Wykład 3	Zarządzanie zasobami ludzkimi i materialnymi.	2
Wykład 4	Zarządzanie operacyjne i strategiczne.	2
Wykład 5	Główne elementy marketingu. Marketing Mix. Social media marketing.	2

V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Metody kształcenia:

- Wykład informacyjny
- Wykład konwersatoryjny
- Dyskusja

2. Narzędzia (środki) dydaktyczne:

- Projektor/tablica multimedialna
- Tablica

VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU

1. Formy zaliczenia:

- Wykład – zaliczenie z oceną

2. Sposób weryfikacji i oceniania efektów uczenia się:

- Kolokwium – test
- Aktywność podczas zajęć
- Obserwacja i ocena postaw studenta

Test wiedzy:

- 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

3. Podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne określane 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)	**10**
Udział w wykładach	10
Udział w innych formach zajęć	-
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)	**15**
Przygotowanie do wykładu	10
Przygotowanie do innych form zajęć	-
Przygotowanie do egzaminu	-
Przygotowanie do zaliczenia wykładów	5
Łączna liczba godzin	**25**
Punkty ECTS za moduł	**1**

VIII. ZALECANA LITERATURA

Literatura podstawowa:

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:

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