

KARTA MODUŁU 2021/2022

I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE							
PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA IM. WITELONA W LEGNICY 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 ma wiedzę z zakresu terminów i pojęć marketingu w ochronie zdrowia.					EU1	kolokwium
2	Student zna wpływ zachowań personelu na sukces placówki.					EU2	kolokwium
umiejętności:							
1	Student potrafi zbudować plan marketingowy, przeprowadzić analizę SWOT, przeprowadzić badanie rynku.					EU3	kolokwium
kompetencji społecznych:							
1	Student przejawia umiejętność pracy w grupie w celu zbudowania strategii placówki oraz planu marketingowego na konkretnym przykładzie.					EU4	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
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
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 multimedialny - Wykład informacyjny - Wykład problemowy - Ćwiczenia teoretyczne - Ćwiczenia praktyczne - Pokaz - Prezentacja - Studium przypadku - Dyskusja, praca w zespole 2. Narzędzia (środki) dydaktyczne: - Projektor/tablica multimedialna - Tablica		
VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU		
Forma zaliczenia modułu. Zaliczenie na ocenę Kryteria oceny formującej*** - Aktywność na zajęciach - Kolokwium - Obserwacja - Test - Prezentacja Kryteria oceny podsumowującej*** 5,0 – student aktywnie uczestniczy w zajęciach, planuje i wykonuje zadania. Przestrzega zasad etycznych w zdrowiu publicznym. Uczęszcza na wszystkie zajęcia, do których jest przygotowany i uzyskuje najwyższe oceny z treści programowych realizowanych w poszczególnych blokach tematycznych. 4,5 – student aktywnie uczestniczy w zajęciach, planuje i wykonuje zadania. Przestrzega zasad etycznych w zdrowiu publicznym. Uczęszcza na wszystkie zajęcia, do których jest przygotowany i uzyskuje 80% najwyższych oceny z treści programowych realizowanych w poszczególnych blokach tematycznych. 4,0 – student aktywnie uczestniczy w zajęciach, planuje i wykonuje zadania. Przestrzega zasad etycznych w zdrowiu publicznym. Uczęszcza na wszystkie zajęcia, do których jest przygotowany i uzyskuje 60% najwyższych oceny z treści programowych realizowanych w poszczególnych blokach tematycznych. 3,5 – student biernie uczestniczy w zajęciach, wykonuje podstawowe zadania, wymagające korekty ze strony prowadzącego. Przestrzega zasad etycznych w zdrowiu publicznym. Uczęszcza na wszystkie zajęcia, do których jest przygotowany i uzyskuje poprawne oceny z treści programowych realizowanych w poszczególnych blokach tematycznych. 3,0 – student biernie uczestniczy w zajęciach, wykonuje podstawowe zadania, wymagające korekty ze strony prowadzącego. Przestrzega zasad etycznych w zdrowiu publicznym. Uczęszcza na zajęcia, do których jest przygotowany i uzyskuje pozytywne oceny z treści programowych realizowanych w poszczególnych blokach tematycznych.		

2,0 – student biernie uczestniczy w zajęciach, wykonane zadania są nieprawidłowe, większość wymaga korekty ze strony prowadzącego, brak samodzielności w wykonaniu czynności i zadań, nie przestrzega zasad bezpieczeństwa oraz zasad etycznych w zdrowiu publicznym. Uczestniczy nieregularnie na zajęcia, nie jest do nich przygotowany i uzyskuje negatywne oceny z treści programowych realizowanych w poszczególnych blokach tematycznych.

Ocena podsumowująca*:**

Średnia arytmetyczna ocen formujących.

VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
<i>Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)</i>	40
Udział w wykładach	10
Udział w innych formach zajęć	30
Inne (-)	
<i>Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)</i>	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.)	
<i>Łączna liczba godzin</i>	75
<i>Punkty ECTS za moduł</i>	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., Ekonomika medycyny, Wydawnictwo Lekarskie PZWL, Warszawa, 2002.
2. Rudawska I., Opieka zdrowotna. Aspekty rynkowe i marketingowe, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007.

IX. AUTOR SYLABUSU

mgr Marcin Klimczak

*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