|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| C:\Users\DELL\Desktop\WSP - logo wraz z nagłówkiem CMYK.jpg | | | | | **WYŻSZA SZKOŁA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI**  IM. KS. KAZIMIERZA KUJAWSKIEGO  W INOWROCŁAWIU | | | | |
|  | | |  | |
| **KARTA PRZEDMIOTU**  **2023 - 2026** | | | | | | | | | |
| **Kod przedmiotu** | | | **ALP\_AZP\_607** | | | | | | |
| **Nazwa przedmiotu** | | | **Marketing usług zdrowotnych** | | | | | | |
| **USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW** | | | | | | | | | |
| **Kierunek studiów** | | | Administracja | | | | | | |
| **Forma studiów** | | | niestacjonarne | | | | | | |
| **Poziom studiów** | | | pierwszego stopnia/licencjackie | | | | | | |
| **Profil studiów** | | | praktyczny | | | | | | |
| **Dziedzina nauki/ dyscyplina naukowa** | | | dziedzina nauk społecznych/ dyscyplina naukowa: nauki prawne, nauki o polityce i administracji | | | | | | |
| **Jednostka prowadząca** | | | Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości  im. Księcia Kazimierza Kujawskiego w Inowrocławiu | | | | | | |
| **Osoby prowadzące** | | |  | | | | | | |
| **OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU** | | | | | | | | | |
| **Status przedmiotu** | | | obieralny | | | | | | |
| **Przynależność do modułu** | | | moduł do wyboru: administracja zdrowia publicznego | | | | | | |
| **Język wykładowy** | | | polski | | | | | | |
| **Semestry, na których realizowany jest przedmiot** | | | szósty | | | | | | |
| **Wymagania wstępne** | | | --- | | | | | | |
| **FORMY, SPOSOBY I METODY PROWADZENIA ZAJĘĆ** | | | | | | | | | |
| **studia niestacjonarne** | | | | | | | | | |
| **Formy zajęć** | wykład | ćwiczenia | | seminarium | laboratorium | projekt/ prezentacja | praktyka | samokształcenie | **ECTS** |
| **Liczba godz.** | 12 | 12 | | – | – | – | – | 126 | **6** |
| **Forma realizacji zajęć** | | | wykład, ćwiczenia | | | | | | |
| **Sposób zaliczenia zajęć** | | | wykład: egzamin na ocenę w formie kolokwium pisemnego  ćwiczenia: zaliczenie na ocenę w formie kolokwium pisemnego | | | | | | |
| **Metody dydaktyczne** | | | wykład**,** pogadanka, forma ćwiczeniowa, rozwiązywanie problemów  w grupie/indywidualnie, | | | | | | |
| **WYKAZ LITERATURY** | | | | | | | | | |
| **Podstawowa** | | | 1. Bukowska-Piestrzyńska A., *Marketing usług zdrowotnych. od budowania wizerunku placówki do zadowolenia klientów*, 2023. 2. Śliwka M., Urbaniak M., *Prowadzenie dokumentacji medycznej. Aspekty prawne oraz zarządcze*, 2018. | | | | | | |
| **Uzupełniająca** | | | 1. Jackowski M., *Ochrona danych medycznych. RODO w ochronie zdrowia*, 2018. 2. Wybrane orzecznictwo sądów. | | | | | | |

|  |  |
| --- | --- |
| **CELE, TREŚCI PROGRAMOWE I EFEKTY UCZENIA SIĘ** | |
| **CELE PRZEDMIOTU** | |
| **Cel 1** | Zapoznanie studentów z pojęciami i koncepcjami dotyczącymi marketingu, w tym specyfiki marketingu usług, przede wszystkim usług zdrowotnych, rynku w ochronie zdrowia oraz przedstawienie narzędzia planu marketingowego |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **TREŚCI PROGRAMOWE** | | |
| **Forma** | **Liczba godzin** | **Treści programowe** |
| wykład | niestacjonarne 12 godz. | Podstawowe pojęcia z marketingu usług zdrowotnych. Historia marketingu. Definicja marketingu. Elementy marketingu. Trójkąt marketingu. Marketing usług. Specyfika marketingu w usługach. Funkcje marketingu. Zarządzanie marketingowe w usługach medycznych. Zastosowanie instrumentów marketingu w zakładzie opieki zdrowotnej. Marketing-mix usług medycznych. Kształtowanie produktu/usługi medycznej. Cykl życia produktu w ochronie zdrowia. Kształtowanie cen i warunków ekonomicznych transakcji w instytucjach medycznych. Systemy dystrybucji usług medycznych. Promocja marketingowa usług medycznych. Strategie marketingowe w ochronie zdrowia. Rodzaje i formowanie strategii marketingowych. Wpływ specyfiki sektora zdrowia na kondycję zakładu opieki zdrowotnej. Analiza otoczenia marketingowego. Public Relations w ochronie zdrowia. Przegląd czynników wpływających na wizerunek zakładu opieki zdrowotnej. Marketing a jakość usług zdrowotnych. Komunikacja z pacjentem w placówce zdrowotnej ochronie zdrowia. |
| ćwiczenia | niestacjonarne 12 godz. | Kwestionariusz ankiety jako narzędzie badawcze. Konstruowanie ankiety badającej poziom satysfakcji pacjenta. Obsługa klienta. Misja marketingowa. Wykorzystanie analizy SWOT/ TOWS w zarządzaniu marketingowym. Plan marketingowy. Części składowe planu marketingowego jednostek świadczących usługi medyczne. Zastosowanie segmentacji rynku usług zdrowotnych w kształtowaniu produktu. Zastosowanie metod analizy portfelowej w ochronie zdrowia. Model łańcucha wartości dla zakładów opieki zdrowotnej. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **EFEKTY UCZENIA SIĘ** | | | | | |
| **Student, który zaliczył przedmiot** | | | Odniesienie do efektów uczenia się | | |
| dla kierunku | I st. PRK poziom 6 | II st. PRK poziom 6 |
| w zakresie WIEDZY | | | | | |
| **EU 1** | | Posiada wiedzę w zakresie terminologii marketingu  w ochronie zdrowia. | K\_W02 K\_W14 | P6U\_W | P6U\_WG P6U\_WK |
| **EU 2** | | Zna zasady tworzenia i rozwoju form strategii marketingowej wykorzystującej wiedzę z zakresu marketingu usług zdrowotnych. | K\_W07  K\_W14 | P6U\_W | P6U\_WG P6U\_WK |
| **EU 3** | | Posiada wiedzę o tworzeniu planów marketingowych, strategii, a także o metodach i etapach ich wdrażania. | K\_W10  K\_W14 | P6U\_W | P6U\_WG P6U\_WK |
| w zakresie UMIEJĘTNOŚCI | | | | | |
| **EU 4** | Potrafi stworzyć plan marketingowy poprzedzony wnikliwą analizą badania rynku usług medycznych | | K\_U11 | P6U\_U | P6U\_UW |
| **EU 5** | Potrafi przedstawić słabe i mocne strony jednostki ochrony zdrowia oraz szanse i zagrożenia na rynku usług medycznych poparte wnikliwą analizą | | K\_U11 | P6U\_U | P6U\_UW |
| **EU 6** | Posiada umiejętność pracy w grupie i buduje strategię marketingową w oparciu o zdobyte doświadczenie zawodowe i analizę rynku usług medycznych | | K\_U11 | P6U\_U | P6U\_UW |
| w zakresie KOMPETENCJI | | | | | |
| **EU 7** | Zna poziom własnych kompetencji oraz swoje ograniczenia w wykonywaniu zadań zawodowych i wie, do kogo zwrócić się o pomoc, z uwzględnieniem umiejętności współpracy w zespole interdyscyplinarnym | | K\_K02 | P6U\_K | P6U\_KO |
| **EU 8** | Student ma świadomość odpowiedzialności za zadania wspólnie realizowane w zespole. | | K\_K05 | P6U\_K | P6U\_KR |

|  |  |
| --- | --- |
| **KRYTERIA OCENY OSIĄGNIETYCH EFEKTÓW** | |
| **na ocenę 2,0** | poniżej 51% – opanowanie wiedzy na poziomie poniżej zadowalającego, brak podstawowej wiedzy w zakresie realizowanej tematyki marketingu usług zdrowotnych |
| **na ocenę 3,0** | 51–60% – opanowanie na poziomie zadowalającym podstawowych kwestii wynikających z zagadnień marketingu usług zdrowotnych |
| **na ocenę 3,5** | 61–70% – przyswojenie na średnim poziomie problematyki marketingu usług zdrowotnych |
| **na ocenę 4,0** | 71–80% - uzyskanie wiedzy co do czynników kształtujących podstawowe zjawiska  z zakresu marketingu usług zdrowotnych |
| **na ocenę 4,5** | 81–90% – kompleksowe panowanie treści programowych umożliwiające identyfikację zasad teoretycznych i praktycznych aspektów marketingu usług zdrowotnych |
| **na ocenę 5,0** | 91–100% – doskonałe, zaawansowane opanowanie treści programowych w tym części dotyczącej rozwiązywania problemów związanych z zastosowaniem zagadnień związanych z marketingiem usług zdrowotnych |

|  |
| --- |
| **METODY OCENY** |
| Ocena formująca |
| F1.Wypowiedzi studenta świadczące o zrozumieniu lub brakach w zrozumieniu treści omawianych  F2. Pytania zadawane przez studenta świadczące o poziomie wiedzy i zainteresowania problematyką  F3. Aktywność poznawcza studenta- znajomość literatury przedmiotu, samodzielne wyciąganie wniosków  F4. Przygotowanie wcześniejsze materiału i zaprezentowanie go przez studenta na zajęciach  F5. Bieżąca ocena postępów kształcenia – sprawdziany wiedzy, kolokwia |
| Ocena podsumowująca |
| P1. Ocena postępów w nauce – ocena zadań realizowanych w czasie trwania semestru (ocenianie ciągłe – ćwiczenia)  P2. Ocena z kolokwium kończącego przedmiot – egzamin (wykład)  P3. Ocena zaliczenia ćwiczeń (ćwiczenia)  P4.Ocena z egzaminu końcowego (wykład) |

|  |  |
| --- | --- |
| **egzamin** | wykład: egzamin na ocenę w formie kolokwium pisemnego |
| **Zaliczenie końcowe** | ćwiczenia: zaliczenie na ocenę w formie kolokwium pisemnego |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Metody (sposoby) weryfikacji i oceny zakładanych efektów uczenia się osiągniętych przez studenta** | | | | | | |
| **Efekt uczenia się** | **Forma oceny** | | | | | |
| **Egzamin pisemny wykład** | **Zaliczenie pisemne** | **Zaliczenia pisemne ćwiczeń** | **rozwiązywanie zadań praktycznych/ ocenianie ciągłe** | **sprawozdanie** | **inne** |
| **EU 1** | X |  |  |  |  |  |
| **EU 2** | X |  |  |  |  |  |
| **EU 3** | X |  |  |  |  |  |
| **EU 4** |  |  | X |  |  |  |
| **EU 5** |  |  | X |  |  |  |
| **EU 6** |  |  | X |  |  |  |
| **EU 7** | X |  | X |  |  |  |
| **EU 8** | X |  | X |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **STUDIA NIESTACJONARNE** | | | | | |
| **OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA – BILANS PUNKTÓW ECTS** | | | | | |
| **GODZINY KONTAKTOWE Z NAUCZYCIELEM AKADEMICKIM** | | | | | |
| **Forma aktywności**  (godziny wynikające z planu studiów) | | | | Obciążenie studenta | |
| Godziny | ECTS |
| wykłady | | | | 12 | 0,48 |
| ćwiczenia | | | | 12 | 0,48 |
| inne | | | | – | – |
| Razem | | | | 24 | 0,96 |
| **GODZ. BEZ UDZIAŁU NAUCZ. AKADEMICKIEGO WYNIKAJĄCE Z NAKŁADU PRACY STUDENTA** | | | | | |
| **Forma aktywności** | | | | Obciążenie studenta | |
| Godziny | ECTS |
| przygotowanie do zaliczenia/ egzaminu końcowego w formie pisemnej | | | | 25 | 1,0 |
| przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych/ w czasie trwania semestru - rozwiązywania zadań w trakcie zajęć | | | | 25 | 1,0 |
| przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury | | | | 50 | 2,0 |
| przygotowanie do dyskusji/ rozwiązywania zadań na zajęciach | | | | 26 | 1,04 |
| Razem | | | | **126** | **5,04** |
| **Razem przedmiot** | | | | **150** | **6,0** |
| **BILANS PUNKTÓW ECTS** | | | | | |
| Wykład | Ćwiczenia | Laboratorium | Pracownia/Projekt | Seminarium | Suma |
| 3 | 3 | – | – | – | 6,0 |