

**AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO
IM. EUGENIUSZA PIASECKIEGO W POZNANIU**

Zamiejscowy Wydział Kultury Fizycznej w Gorzowie Wielkopolskim

Kierunek: Fizjoterapia

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: **ZARZĄDZANIE I MARKETING**

Kod przedmiotu: **ZWKF_FT_J_O_B.14_s**

Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot/moduł: **Zakład Historii i Organizacji KF**

Osoba odpowiedzialna za kartę – koordynator przedmiotu:

dr Przemysław Pieczyński

Osoby prowadzące przedmiot:

1. dr Przemysław Pieczyński

Data opracowania: **18.09.2018 r.**

1. Podstawowe informacje

Forma studiów	studia stacjonarne			
Stopień studiów	studia jednolite magisterskie			
Profil	praktyczny			
Specjalność	–			
Rok studiów / semestr	rok 1, semestr 1			
Status przedmiotu	obowiązkowy			
Język przedmiotu	polski			
Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	seminaria	inne
Wymiar zajęć	30			
Liczba punktów ECTS	2			

2. Cele przedmiotu

C1	Zapoznanie studentów z podstawami teorii organizacji i zarządzania.
C2	Zapoznanie studentów z zastosowaniem marketingu w funkcjonowaniu systemu ochrony zdrowia.

3. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji:

– brak.

4. Efekty kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych:

Symbol	Efekty kształcenia dla przedmiotu Po zrealizowaniu przedmiotu student:	Odniesienie do efektów kształcenia dla programu	Odniesienie do charakterystyk II stopnia PRK (poziom 7)
EK1	zna i rozumie podstawowe zasady rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości	K_W09	P7SM_WK05
EK2	ma rozeznanie na rynku usług zdrowotnych w Polsce i innych państwach	K_W09	P7SM_WK05
EK3	potrafi wyznaczyć strategię rozwoju instytucji realizujących usługi w sektorze ochrony zdrowia	K_W09 K_K07	P7SM_WK05 P7SM_KK04

5. Treści programowe

WYKŁADY		
Lp.	Tematyka zajęć Opis szczegółowych bloków tematycznych	Liczba godzin
W1	Geneza nauki zarządzania.	2
W2	Charakterystyka podstawowych funkcji zarządzania.	2
W3	Podstawy zarządzania w fizjoterapii.	2
W4	Budowanie zespołów w procesie zarządzania.	2
W5	Tworzenie wizerunku a proces zarządzania.	2

W6	Zagrożenia i błędy w procesie zarządzania.	2
W7	Formy komunikowania się a zarządzanie.	2
W8	Predyspozycje i mocne strony osoby zarządzającej.	2
W9	Określenie i wybór własnego stylu zarządzania.	2
W10	Zakres i istota marketingu w fizjoterapii. Rynek usług zdrowotnych.	2
W11	Metody promocji, sprzedaży i negocjacji w procesie marketingowym.	2
W12	Strategie marketingowe.	2
W13	Innowacyjne formy marketingu.	2
W14	Biznesplan a marketing w fizjoterapii.	2
W15	Zarządzanie marketingowe.	2
	Razem	30

6. Metody dydaktyczne

M1	Wykład multimedialny.
M2	Wykład problemowy.
M3	Praca własna studenta.

7. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	30
Konsultacje przedmiotowe	4
Zaliczenia w sesji	2
Godziny bez udziału nauczyciela wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć	4
Przygotowanie planu marketingowego i prezentacji	10
Zapoznanie się z zalecaną literaturą	5
Przygotowanie do zaliczenia	5
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu wynikająca z całego nakładu pracy studenta	60
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	2

8. Metody oceny

a. Ocena formułująca

F1	Aktywność na wykładach.
----	-------------------------

F2	Opracowanie planu marketingowego placówki prowadzącej działalność fizjoterapeutyczną i przedstawienie go w formie prezentacji multimedialnej.
----	---

b. Ocena podsumowująca

P2	Test jednokrotnego wyboru.
----	----------------------------

c. Warunki zaliczenia przedmiotu

- obecności zajęciach zgodnie z regulaminem studiów,
- opracowanie i przedstawienie planu marketingowego,
- pozytywna ocena z testu wg następującego przelicznika procentowego (poniżej 50% – niedostateczny, 50%-59% – dostateczny, 60–69% – dostateczny plus, 70–79% – dobry, 80–89% – dobry plus, 90–100% – bardzo dobry).

9. Kryteria oceny

Efekt kształcenia EK1	
na ocenę 2	nie wie, czym jest start-up, nie potrafi go stworzyć.
na ocenę 3	potrafi opracować start-up i dokonać niezbędnych wyliczeń finansowych
na ocenę 4	potrafi opracować start-up i dokonać niezbędnych wyliczeń finansowych; zna i rozumie zasady tworzenia, rozwoju i finansowania form indywidualnej przedsiębiorczości.
na ocenę 5	potrafi sprawnie zbudować start-up, wskazać podstawowe błędy, doskonale zna i rozumie zasady tworzenia, rozwoju, finansowania i inkubacji form indywidualnej przedsiębiorczości.
Efekt kształcenia EK2	
na ocenę 2	nie zna rynku usług zdrowotnych
na ocenę 3	ma ogólne rozeznanie na rynku usług zdrowotnych w Polsce i innych państwach
na ocenę 4	z pomocą nauczyciela charakteryzuje rynek usług zdrowotnych w Polsce i innych państwach
na ocenę 5	w pogłębionym stopniu zna rynek usług zdrowotnych w Polsce i innych państwach; samodzielnie wymienia i charakteryzuje najważniejsze jego cechy;
Efekt kształcenia EK3	
na ocenę 2	nie potrafi wyznaczyć strategii rozwoju placówki fizjoterapeutycznej.
na ocenę 3	z pomocą nauczyciela potrafi wyznaczyć strategię rozwoju placówki fizjoterapeutycznej, opracowuje – z niewielkimi błędami – prosty plan marketingowy wybranej instytucji.
na ocenę 4	potrafi wyznaczyć strategię rozwoju wybranej instytucji realizującej usługi w sektorze ochrony zdrowia, sporządza jej prosty plan marketingowy, jest świadom potrzeb rynku, potencjalnych klientów, czynników wywołujących popyt w tym zakresie.
na ocenę 5	potrafi wyznaczyć strategię rozwoju, samodzielnie sporządza plan marketingowy, jest świadom potrzeb rynku, potencjalnych klientów, czynników wywołujących popyt; umie wyznaczać mocne i słabe strony, sprecyzować szczegółowo – w ujęciu rzeczowym i finansowym – cele do osiągnięcia.

10. Macierz realizacji przedmiotu

Efekty kształcenia	Odniesienie do efektów kierunkowych	Cele przedmiotu	Treści programowe	Metody dydaktyczne	Sposoby oceny
EK1	K_W09	C1, C2	W1 – W15	M1, M2	F1, P1
EK2	K_W09	C1, C2	W10	M1	P1
EK3	K_W09, K_K07	C2	W11 – W15	M1–M3	F1, F2, P1

11. Wykaz piśmiennictwa

1.	Nowatorska-Romaniak B., <i>Marketing usług zdrowotnych</i> , PWE, Warszawa 2001.
2.	Smoleń M. M. (red), <i>Zarządzanie finansami, logistyka i marketing samodzielnych publicznych zakładach opieki zdrowotnej</i> , Biblioteka, Łódź 2002.
3.	Michalski E., <i>Marketing. Podręcznik akademicki</i> , PWN, Warszawa 2009.
4.	Czerwiński A., Grzybowski M., Ficoń K., <i>Podstawy organizacji i zarządzania</i> , WSAiB, Gdynia 1999.
5.	Griffin R. W., <i>Podstawy zarządzania organizacjami</i> , PWN, Warszawa 2013.

12. Zatwierdzenie karty przedmiotu do realizacji

.....
(miejsowość, data)

(kierownik zakładu)

(dziekan wydziału)

Przyjmuję do realizacji (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)