**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Kod przedmiotu** | 0919.7ZP1.B/C29.MRUZ |
| **Nazwa przedmiotu w języku**  | polskim | *Marketing i reklama usług zdrowotnych* |
| angielskim | Marketing and advertising of medical services |

1. **USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW**

|  |  |
| --- | --- |
| **1.1. Kierunek studiów** | Zdrowie publiczne |
| **1.2. Forma studiów** | Studia stacjonarne |
| **1.3. Poziom studiów** | Studia pierwszego stopnia licencjackie |
| **1.4. Profil studiów\*** | Ogólnoakademicki |
| **1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu**  | dr Dorota Rębak |
| **1.6. Kontakt**  | dorota.rebak@ujk.edu.pl |

1. **OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **2.1. Język wykładowy** | **Język polski** |
| **2.2. Wymagania wstępne\*** | - |

1. **SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| * 1. **Forma zajęć**
 | Wykłady |
| * 1. **Miejsce realizacji zajęć**
 | Pomieszczenia dydaktyczne UJK |
| * 1. **Forma zaliczenia zajęć**
 | ZO |
| * 1. **Metody dydaktyczne**
 | dyskusja wielokrotna (grupowa) (DG), uczenie aktywizujące – analiza przypadków (AP), objaśnienie (OB). |
| * 1. **Wykaz literatury**
 | **podstawowa** | 1. Bukowska-Piestrzyńska A., Marketing usług zdrowotnych. Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2018.2. Kautsch M., Zarządzanie w opiece zdrowotnej. Nowe wyzwania (e-book). Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa 2016. |
| **uzupełniająca** | 1. Pańczyk M. Podstawy marketingu, Wydawnictwo eMPi2, Poznań 2020.2. Ustawa z 15 kwietnia 2011 roku o działalności leczniczej (Dz. U. nr 112, poz. 654 z późn. zm.). |

1. **CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ**

|  |
| --- |
| * 1. **Cele przedmiotu *(z uwzględnieniem formy zajęć)***

C1. Zapoznanie studentów ze specyfiką usługi zdrowotnejC2. Zapoznanie studentów ze sposobami badań i strategii marketingowych rynku usług zdrowotnychC3. Kształtowanie umiejętności planowania działań marketingowych |
| * 1. **Treści programowe *(z uwzględnieniem formy zajęć)***

Wykład1. Koncepcja i specyfika marketingu usług, w tym usług zdrowotnych, a także zachowanie klienta, segmentację i pozycjonowanie usług.
2. Rynek, a rynek usług zdrowotnych.
3. Marketing usług, marketing usług zdrowotnych.

Ćwiczenia1. Zagadnienia tworzenia planu marketingowego zakładu opieki zdrowotnej.
2. Segmentacja i pozycjonowanie usług zdrowotnych.
3. Plany marketingowe organizacji ochrony zdrowia.
 |

**4.3.Przedmiotowe efekty uczenia się**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Efekt**  | **Student, który zaliczył przedmiot** | **Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się** |
| w zakresie **WIEDZY:** |
| W01 | zna specyfikę usługi zdrowotnej i specyfikę marketingu usług zdrowotnych | ZP1A\_W09 |
| W02 | zna specyfikę założeń i realizacji strategii marketingowych  | ZP1A\_W07 |
| w zakresie **UMIEJĘTNOŚCI:** |
| U01 | potrafi dobrać strategie marketingowe uwzględniając specyfikę sektora ochrony zdrowia  | ZP1A\_U09 |
| U02 | potrafi opracować plan marketingowy dla podmiotów ochrony zdrowia  | ZP1A\_U07 |
| w zakresie **KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:** |
| K01 | Wykazuje szacunek w stosunku do pacjenta zakładu usług zdrowotnych | ZP1A\_K04 |

|  |
| --- |
| * 1. **Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się**
 |
| **Efekty przedmiotowe*****(symbol)*** | **Sposób weryfikacji (+/-)** |
| **Egzamin ustny/pisemny\*** | **Kolokwium\*** | **Projekt\*** | **Aktywność na zajęciach\*** | **Praca własna\*** | **Praca w grupie\*** | **Inne *(jakie?)*\*** |
| ***Forma zajęć*** | ***Forma zajęć*** | ***Forma zajęć*** | ***Forma zajęć*** | ***Forma zajęć*** | ***Forma zajęć*** | ***Forma zajęć*** |
| *W* | *C* | *…* | *W* | *C* | *…* | *W* | *C* | *…* | *W* | *C* | *…* | *W* | *C* | *…* | *W* | *C* | *…* | *W* | *C* | *…* |
| W01 |  |  |  | ***+*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| W02 |  |  |  | ***+*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| U01 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | ***+*** |  |  |  |  |
| U02 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | ***+*** |  |  |  |  |
| K01 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | ***+*** |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| * 1. **Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się**
 |
| **Forma zajęć** | **Ocena** | **Kryterium oceny** |
| **wykład (W)** | **3** | 61-68%. uzyskanie punktów z zaliczenia pisemnego. |
| **3,5** | 69-76%. uzyskanie punktów z zaliczenia pisemnego. |
| **4** | 77-84%. uzyskanie punktów z zaliczenia pisemnego. |
| **4,5** | 85-92%. uzyskanie punktów z zaliczenia pisemnego. |
| **5** | 93-100%. uzyskanie punktów z zaliczenia pisemnego. |
| **ćwiczenia (C)\*** | **3** | 61-68%. uzyskanie punktów z prac pisemnych grupowych |
| **3,5** | 69-76%. uzyskanie punktów z prac pisemnych grupowych |
| **4** | 77-84%. uzyskanie punktów z prac pisemnych grupowych |
| **4,5** | 85-92%. uzyskanie punktów z prac pisemnych grupowych |
| **5** | 93-100%. uzyskanie punktów z prac pisemnych grupowych |

1. **BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA**

|  |  |
| --- | --- |
| **Kategoria** | **Obciążenie studenta** |
| **Studia****stacjonarne** | **Studia****niestacjonarne** |
| *LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/* | ***30*** |  |
| *Udział w wykładach\** | 15 |  |
| *Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach\** | 15 |  |
| *Udział w egzaminie/kolokwium zaliczeniowym\** | - |  |
| *Inne (jakie?)\** | - |  |
| *SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/* | ***20*** |  |
| *Przygotowanie do wykładu\** | 5 |  |
| *Przygotowanie do ćwiczeń, konwersatorium, laboratorium\** | 10 |  |
| *Przygotowanie do egzaminu/kolokwium\** | 5 |  |
| *Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa\** | - |  |
| *Opracowanie prezentacji multimedialnej\** | - |  |
| *Inne (należy wskazać jakie? np. e-learning)\** | - |  |
| ***ŁĄCZNA LICZBA GODZIN*** | ***50*** |  |
| **PUNKTY ECTS za przedmiot** | **2** |  |

***\*niepotrzebne usunąć***

***Przyjmuję do realizacji*** *(data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)*

 *............................................................................................................................*