

Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku

SYLABUS W CYKLU AKADEMICKIM 2014-2016

Jednostka Organizacyjna		Zakład Zarządzania w Sporcie/Katedra Sportu		Kierunek:		FIZJOTERAPIA	
Rodzaj studiów i profil:		II stopień, ogólnoakademicki i praktyczny		Kod przedmiotu:		FIISNs04	
Nazwa przedmiotu:		<i>Ekonomia, zarządzanie i marketing</i>					
Tryb studiów	Rok	Semestr	Rodzaj zajęć	Liczba godzin	Punkty ECTS	Typ przedmiotu	Język wykładowy
<i>Niestacjonarne</i>	I	II	<i>wyklady</i>	10	2	Obligatoryjny	polski
			<i>ćwiczenia</i>	10			
Nauczyciel(-e) odpowiedzialny(-i) za przedmiot:		Dr Joanna Jedel					
e-mail:		joanna.jedel@gmail.com					
Wymagania wstępne:							
a) „ <u>WYMAGANIA FORMALNE</u> ” – Wiedza z zakresu realizowanego przedmiotu na I sem. „Podstawy prawa w medycynie i prawo pracy”							
b) „ <u>ZALOZENIA WSTEPNE</u> ” - Podstawowa wiedza ogólnogospodarcza							
Cele przedmiotu:							
C1. Zdobycie wiedzy teorii, pojęć i definicji z zakresu ekonomii, zarządzania i marketingu w odniesieniu do publicznych i niepublicznych placówek służby zdrowia							
Opis efektów kształcenia dla przedmiotu oraz ich powiązanie z efektami kształcenia dla kierunku:							
<i>WIEDZA</i>							
W1	Posiada podstawową wiedzę z zakresu ekonomicznych aspektów funkcjonowania publicznych i niepublicznych placówek medycznych.					K_W30	

W2	Zna i potrafi analizować ekonomiczne uwarunkowania fizjoterapii na poziomie krajowym i globalnym	K_W32
W3	Posiada wiedzę w zakresie organizacji i zarządzanie placówkami prowadzącymi działalność fizjoterapeutyczną	K_W37
<i>UMIEJĘTNOŚCI</i>		
U1	Potrafi prawidłowo, samodzielnie i w zespole, scharakteryzować ekonomiczne kwestie charakteryzujące funkcjonowanie publicznych i niepublicznych placówek służby zdrowia	K_U19
<i>KOMPETENCJE</i>		
K1	Przejawia gotowość do samodzielnego konstruowania planu marketingowego i oferty sprzedażowej usług medycznych	K_K02
<p>Kryteria i metody oceny osiągniętych efektów kształcenia: W1- Zaliczenie z oceną– test jednokrotnego wyboru; Skala oceny 51% - dst, 61% dst plus, 71% db, 81% db plus, 91% bdb U1 - Ćwiczenie – Prezentacja multimedialna z komentarzem słownym z podziałem na poszczególne osoby w zespole; Skala oceny 51% - dst, 61% dst plus, 71% db, 81% db plus, 91% bdb – ocenie podlegać będzie: zakres wyczerpania tematu, poprawność merytoryczna, oryginalność zaproponowanych rozwiązań, atrakcyjność prezentacji. K1- Kolokwium końcowe z ćwiczeń w formie prezentacji multimedialnej na podstawie treści omawianych podczas zajęć Aby uzyskać zaliczenie przedmiotu na ocenę dostateczną student musi osiągnąć wszystkie wymienione w programie efekty kształcenia.</p>		
<p>Metody i formy realizacji przedmiotu: Wykłady oraz ćwiczenia realizowane w formie konwersatorium przy użyciu prezentacji multimedialnych, burzy mózgów i analizy przypadków</p>		

Treści kształcenia:*Wykłady:*

1. Wprowadzenie do ekonomii – podstawowe pojęcia i przedmiot ekonomii
2. Współczesne systemy społeczno - gospodarcze
3. Rynek, popyt i podaż na przykładzie rynku zdrowia
4. Elementy teorii wyboru konsumenta
5. Wybrane elementy teorii przedsiębiorstw
6. Wprowadzenie do zarządzania– podstawowe pojęcia i terminy
7. Rozwój nauki o zarządzaniu - modele
8. Istota marketingu
9. Instrumenty marketingu
10. Segmentacja rynku oraz pozycjonowaniem poszczególnych usług medycznych, zagadnienia polityki cenowej oraz budowania marki w sektorze zdrowia

Ćwiczenia:

1. Zadania z zakresu charakterystyki rynku zdrowia , popytu i podaży
2. Elementy teorii wyboru konsumenta
3. Wybrane elementy teorii przedsiębiorstw – charakterystyka placówek medycznych publicznych i niepublicznych
4. Modele zarządzania i funkcjonowania placówek medycznych publicznych i niepublicznych
5. Marketing jako narzędzie kreowania wartości na rynku zdrowia
6. Analiza rynku medycznego i jego ofert z zakresu fizjoterapii - Studium przypadku -Przedstawienie pracy za pomocą prezentacji multimedialnej.

Forma zaliczenia:

WYKŁAD – Egzamin

ĆWICZENIA - Zaliczenie z oceną

Literatura:

Podstawowa:

1. Red. naukowa: R. Milewski, E. Kwiatkowski, Podstawy ekonomii, Wydawnictwo Naukowe PWN 2013
2. Red. Naukowa: A. K. Koźmiński, W. Piotrowski, Zarządzanie. Teoria i Praktyka. Wydawnictwo Naukowe PWN 2010
3. Red. Naukowa: P. Kotler, J. Shalowitz, R.J. Stevens, Marketing strategiczny w opiece zdrowotnej, Wyd. Wolters Kluwer 2013

Uzupełniająca:

1. Red. Naukowa: R. Lewandowski, M. Kautsch, Ł. Sułkowski, Przedsiębiorczość i Zarządzanie, tom XIV, zeszyt 10, część I, Współczesne problemy zarządzania w ochronie zdrowia z perspektywy systemu i organizacji, Łódź 2013 – wydawnictwo elektroniczne <http://piz.san.edu.pl/docs/e-XIV-10-1.pdf>
2. B. Nowotarska-Romaniak, Marketing usług zdrowotnych, Wyd. Wolters Kluwer 2013
3. P. Kotler, Marketing, Wyd. Rebis 2012

Bilans punktów ECTS (1 pkt ECTS – 25-30 godz. pracy studenta):

<i>Aktywność</i>	<i>Obciążenie studenta</i>
Udział w wykładach	10 godz.
Samodzielne studiowanie tematyki wykładów	10 godz.
Udział w ćwiczeniach	8 godz.
Przygotowanie się do ćwiczeń	12 godz.
Praca w zespołach	10 godz.
	Całkowite obciążenie pracą studenta
	50 godz.
	Punkty ECTS za przedmiot
	2 ECTS

Opracowała: dr Joanna Jedel

Autor programu: dr Joanna Jedel