

# POLITECHNIKA KRAKOWSKA IM. TADEUSZA KOŚCIUSZKI

## KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2015/2016

Wydział Mechaniczny

Kierunek studiów: Inżynieria Biomedyczna

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: stacjonarne

Kod kierunku: L

Stopień studiów: I

Specjalności: Biomechanika urazów, Inżynieria kliniczna

### 1 INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

NAZWA PRZEDMIOTU	Marketing i zarządzanie w służbie zdrowia
NAZWA PRZEDMIOTU W JĘZYKU ANGIELSKIM	Marketing and management in health care
KOD PRZEDMIOTU	L205
KATEGORIA PRZEDMIOTU	Przedmioty kierunkowe
LICZBA PUNKTÓW ECTS	1.00
SEMESTRY	3

### 2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA	LABORATORIUM	LABORATORIUM KOMPUTERO- WE	PROJEKT	SEMINARIUM
3	15	0	0	0	0	0

### 3 CELE PRZEDMIOTU

**Cel 1** Przedstawienie studentom podstawowych pojęć, definicji niezbędnych do zrozumienia zarządzania i marketingu

**Cel 2** Zapoznanie z filarami zarządzania w organizacjach i zasad zarządzania grupą

**Cel 3** Nauczenie stosowania narzędzi marketingowych w tzw marketingu-mix dla organizacji w ramach tzw "służby zdrowia"

#### **4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI**

1 brak

#### **5 EFEKTY KSZTAŁCENIA**

**EK1 Wiedza** Potrafi wymienić główne filary zarządzania organizacjami i omówić je

**EK2 Wiedza** Potrafi scharakteryzować kompetencje i funkcje menedżera w organizacji w służbie zdrowia

**EK3 Umiejętności** Student umie zaplanować i przeprowadzić badania marketingowe

**EK4 Kompetencje społeczne** Student umie zarządzać zespołem pracowników służby zdrowia tak aby osiągnąć cel strategiczny

#### **6 TREŚCI PROGRAMOWE**

WYKŁAD		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
<b>W1</b>	Omówienie sytuacji służby zdrowia - rys historyczny i aktualna sytuacja; placówki publiczne i nie publiczne	4
<b>W2</b>	Filary zarządzania organizacją: planowanie, organizowanie, zatrudnianie, kierowanie, motywowanie, przewożenie, kontrolowanie	4
<b>W3</b>	Marketing - mix: promocja, cena, dystrybucja, produkt	6
<b>W4</b>	badania marketingowe: pierwotne i wtórne	1

#### **7 NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE**

**N1** Dyskusja

**N2** Konsultacje

**N3** Prezentacje multimedialne

**N4** Wykłady

## 8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
<b>Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:</b>	
Godziny wynikające z planu studiów	15
Konsultacje przedmiotowe	5
Egzaminy i zaliczenia w sesji	2
<b>Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:</b>	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	5
Opracowanie wyników	0
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	3
<b>SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA</b>	<b>30</b>
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	1.00

## 9 SPOSOBY OCENY

Wykłady obowiązkowe

### OCENA FORMUJĄCA

F1 Kolokwium

### OCENA PODSUMOWUJĄCA

P1 Kolokwium

### OCENA AKTYWNOŚCI BEZ UDZIAŁU NAUCZYCIELA

B1 Projekt indywidualny

### KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1	
NA OCENĘ 2.0	x
NA OCENĘ 3.0	Wymienia filary zarządzania organizacją
NA OCENĘ 3.5	x
NA OCENĘ 4.0	x

NA OCENĘ 4.5	x
NA OCENĘ 5.0	x
EFEKT KSZTAŁCENIA 2	
NA OCENĘ 2.0	x
NA OCENĘ 3.0	Potrafi omówić funkcje menedżera w organizacji
NA OCENĘ 3.5	x
NA OCENĘ 4.0	x
NA OCENĘ 4.5	x
NA OCENĘ 5.0	x
EFEKT KSZTAŁCENIA 3	
NA OCENĘ 2.0	x
NA OCENĘ 3.0	Potrafi wymienić rodzaje badań marketingowych
NA OCENĘ 3.5	x
NA OCENĘ 4.0	x
NA OCENĘ 4.5	x
NA OCENĘ 5.0	x
EFEKT KSZTAŁCENIA 4	
NA OCENĘ 2.0	x
NA OCENĘ 3.0	Student potrafi wykonywać prace w zespole
NA OCENĘ 3.5	x
NA OCENĘ 4.0	x
NA OCENĘ 4.5	x
NA OCENĘ 5.0	x

## 10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

EFEKT KSZTAŁCENIA	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO SZCZEGÓŁOWYCH EFEKTÓW ZDEFINIOWANYCH DLA PROGRAMU	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	SPOSOBY OCENY
EK1	K1_W08	Cel 1	W1	N1 N2 N3 N4	F1 P1
EK2	K1_W18, K1_UP11	Cel 2	W2	N1 N2 N3 N4	P1
EK3	K1_W25, K1_UP13	Cel 3	W4	N1 N2 N3 N4	P1
EK4	K1_K06	Cel 2	W2 W3	N1 N2 N3 N4	F1 P1

## 11 WYKAZ LITERATURY

### LITERATURA PODSTAWOWA

- [1] | Durlik M. — *Zarządzanie w służbie zdrowia. Organizacja procesowa i zarządzanie wiedzą*, Warszawa, 2008, Placet
- [2] | Mruk H. — *Marketing gabinetów lekarskich na rynku usług zdrowotnych*, Warszawa, 2009, Wolters Kluwer Polska
- [3] | Karski J. — *Promocja zdrowia dziś i perspektywy jej rozwoju w Europie*, Warszawa, 2009, CeDeWu

## 12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

### OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr inż. Anna, Donata Boratynska-Sala (kontakt: boratynska@mech.pk.edu.pl)

### OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

1 dr inż. Anna Boratynska-Sala (kontakt: boratynska@mech.pk.edu.pl)

## 13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejsowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(dziekan)

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....