

KARTA MODUŁU KSZTAŁCENIA

Informacje ogólne

I.

1 Nazwa modułu kształcenia

Zarządzanie i marketing w odnowie biologicznej

2 Nazwa jednostki prowadzącej moduł

Wydział Nauk o Zdrowiu i Nauk Społecznych, Katedra Zdrowia, Zakład Zdrowia Publicznego

3 Kod modułu

16.0 IV 3/6 001

4 Grupa treści kształcenia

specjalnościowego

5 Typ modułu

fakultatywny

6 Poziom studiów

studia I stopnia

7 Liczba punktów ECTS

3 ECTS

8 Poziom przedmiotu

podstawowy

9 Rok studiów, semestr

III rok – semestr VI –
zimowy
specjalność: Zarządzanie i
promocja zdrowia w
odnowie biologicznej

10 Liczba godzin w semestrze

Wyk.	Ćw.	Lab.	Sem.	Proj.	Wyk.	Ćw.	Lab.	Sem.	Proj.

11 Liczba godzin w tygodniu

studia stacjonarne

30

30

2

2

studia niestacjonarne

12 Język wykładowy: polski

13 Wykładowca (wykładowcy)

Mgr Agnieszka Kondraszuk; agakondraszuk@gmail.com

Informacje szczegółowe

14 Wymagania wstępne

1. brak

15 Cele przedmiotu

C1	Zdobycie wiedzy na temat podstawowych zagadnień z zakresu zarządzania i marketingu
C2	Poznanie i nabycie umiejętności posługiwania się podstawowymi narzędziami i metodami z zakresu zarządzania
C3	Nabycie umiejętności wykorzystania zdobytej wiedzy teoretycznej do diagnozowania sytuacji w organizacjach oraz przedstawiania propozycji rozwiązań podstawowych problemów w obszarze zarządzania i marketingu
C4	Poznanie podstaw marketingu w odniesieniu do działalności związanej z odnową biologiczną
C5	Zdobycie wiedzy i umiejętności niezbędnych do organizacji jednostki zajmującej się odnową biologiczną w aspekcie zarządzania, kierowania i budowania strategii marketingowych

16 Efekty kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

nr	student, który zaliczył przedmiot, potrafi:	odniesienie do celów przedmiotu
K_W37	Posiada wiedzę obejmującą teorię, terminologię i metodykę w zakresie wybranej i zrealizowanej podczas studiów specjalności	C1-C5
K_U35	Umie rozpoznawać podstawowe koszty jednostek opieki zdrowotnej	C1-C5

K_U40	Posiada umiejętności właściwe dla poszczególnych i wybranych i zrealizowanych specjalności	C1-C5
K_K10	Potrafi samodzielnie i krytycznie uzupełniać wiedzę i umiejętności, poszerzone o wymiar interdyscyplinarny	C1-C5

17 Treści programowe

forma zajęć - wykłady		liczba godzin S	liczba godzin NS	odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
W1	Podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania i marketingu	2		K_W37
W2	Charakterystyka rynku spa& wellness w Polsce i na świecie	2		K_W37
W3	Zarządzanie strategiczne	2		K_W37
W4	Planowanie i podejmowanie decyzji	2		K_W37
W5	Kultura organizacyjna w sektorze odnowy biologicznej	3		K_W37
W6	Rola informacji w zarządzaniu i tworzeniu strategii marketingowych	2		K_W37
W7	Otoczenie marketingowe. Konkurencja na rynku odnowy biologicznej	2		K_W37
W8	Zachowania nabywców usług spa&wellness	3		K_W37
W9	Specyficzne potrzeby klienta ośrodków odnowy biologicznej	2		K_W37
W10	Marketing przemysłowy- instytucjonalny	2		K_W37
W11	Rodzaje badań marketingowych	2		K_W37
W12	Jakość w odnowie biologicznej- pojęcie i metody kształtowania	2		K_W37
W13	Wprowadzenie nowego ośrodka spa& wellness na rynek	2		K_W37
W14	Promocja i public relations w odnowie biologicznej. Podsumowanie przedmiotu	2		K_W37
suma godzin		30		
forma zajęć - ćwiczenia		liczba godzin S	liczba godzin NS	odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
ĆW1	Organizacja i zarządzanie – zagadnienia wstępne	2		K_W37
ĆW2	Umiejętności i role kierownicze przy zarządzaniu placówką odnowy biologicznej	2		K_W37, K_U40, K_K10
ĆW3	Proces organizowania działalności ośrodków spa& wellness	2		K_W37
ĆW4	Struktura organizacyjna ośrodków spa& wellness	2		K_W37, K_U40, K_K10
ĆW5	Podejmowanie decyzji – wprowadzenie na rynek nowego ośrodka lub usługi	2		K_W37, K_U40, K_K10
ĆW6	Metody i techniki zarządzania przedsiębiorstwem	2		K_W37, K_U40, K_K10
ĆW7	Kolokwium	1		K_W37,
ĆW8	Przewodzenie i kontrolowanie	2		K_W37,
ĆW9	Zarządzanie zasobami ludzkimi w ośrodkach spa&wellness	2		K_W37
ĆW10	Marketing w sferze działalności związanej z odnową biologiczną	2		K_W37
ĆW11	Produkt w odnowie biologicznej	2		K_W37
ĆW12	Cena jako sposób kształtowania pozycji na rynku odnowy biologicznej	2		K_W37
ĆW 13	Metody budowania marki	2		K_W37, K_U40, K_K10
ĆW14	Kolokwium	1		K_W37, K_U40, K_K10
ĆW15	Tworzenie kampanii promocyjnej wybranego produktu odnowy biologicznej. Podsumowanie przedmiotu	4		K_W37, K_U35, K_U40, K_K10
suma godzin		30		

18 Narzędzia/metody dydaktyczne

1. Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej
2. Dyskusja
3. Studium przypadku
4. Praca w grupach

19 Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)

- F1. Kolokwium
- F2. Ocena przykładów realizowanych w trakcie zajęć
- P1. Ocena opracowanego w parach projektu organizacji i stworzonych zasad funkcjonowania organizacji
- P2. Wypowiedź ustna

20 Obciążenie pracą studenta

forma aktywności	średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
	S	NS
Godziny kontaktowe z nauczycielem (wykłady i ćwiczenia)	60	
indywidualna praca studenta	30	
SUMA	90	
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	3	

21 Literatura podstawowa i uzupełniająca**Literatura podstawowa:**

1. Syrkiwicz-Świtła M., Holecki T., Zarządzanie zasobami ludzkimi w ochronie zdrowia. Śląska Akademia Medyczna, Katowice 2007.
2. Griffin R.W., Podstawy zarządzania organizacjami. PWN, Warszawa 2008.
3. Koźmiński A. K., Piotrkowski W. (red.), Zarządzanie – teoria i praktyka. PWN, Warszawa 2007.
4. Stoner J. Freeman E. Gilbert D., Kierowanie. PWE, Wyd. II, Warszawa 2001.
5. Kotler P. Marketing. Podręcznik europejski. PWE Warszawa 2002
6. Garbarski L. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy. PWE 2006

Literatura uzupełniająca:

1. Jemielniak D., Latusek D., Zarządzanie. Teoria i praktyka od podstaw. Ćwiczenia. WSPiZ, Warszawa 2005.
2. Koźmiński A., Jemielniak D., Zarządzanie od podstaw. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
3. Kożuch B., Cywoniuk M. (red.), Podstawy zarządzania. Wydawnictwo WSE, Białystok 2000.

22 Formy oceny - szczegóły

nr efektu	na ocenę 2 (ndst)	na ocenę 3 (dst)	na ocenę 4 (db)	na ocenę 5 (bdb)
-----------	-------------------	------------------	-----------------	------------------

K_W37	Student nie zna podstawowych pojęć z zakresu zarządzania marketingu, nie potrafi scharakteryzować rynku spa& wellness w Polsce. Nie ma wiedzy na temat zarządzania zasobami ludzkimi oraz tworzenia kultury organizacyjnej i budowania marki ośrodków odnowy biologicznej. Nie potrafi zbudować strategii cenowej produktu oraz nie ma wiedzy na temat tworzenia kampanii promocyjnej wybranego produktu.	Student zna podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania i marketingu, potrafi pobieżnie scharakteryzować rynek spa& wellness w Polsce. Ogólnie wypowiada się na temat zarządzania zasobami ludzkimi oraz tworzenia kultury organizacyjnej i budowania marki ośrodków odnowy biologicznej. Nie potrafi zbudować strategii cenowej produktu oraz nie ma wiedzy na temat tworzenia kampanii promocyjnej wybranego produktu.	Student zna szczegółowe pojęcia z zakresu zarządzania i marketingu, potrafi, z pomocą wykładowcy szczegółowo scharakteryzować rynek spa& wellness w Polsce. Swobodnie wypowiada się na temat zarządzania zasobami ludzkimi oraz tworzenia kultury organizacyjnej i budowania marki ośrodków odnowy biologicznej. Nie potrafi samodzielnie zbudować strategii cenowej produktu oraz kampanii promocyjnej wybranego produktu.	Student zna szczegółowe pojęcia z zakresu zarządzania i marketingu, potrafi, szczegółowo scharakteryzować rynek spa& wellness w Polsce. Swobodnie wypowiada się na temat zarządzania zasobami ludzkimi oraz tworzenia kultury organizacyjnej i budowania marki ośrodków odnowy biologicznej. Samodzielnie buduje strategię cenową produktu oraz kampanię promocyjną wybranego produktu.
K_U40, U35	Student nie potrafi odpowiednio wykorzystywać nabytych umiejętności przy tworzeniu struktur organizacyjnych, podejmowaniu decyzji dotyczących działalności ośrodków spa&wellness.	Student stara się odpowiednio wykorzystywać nabyte umiejętności przy analizowaniu trendów dotyczących zarządzania zasobami w sektorze spa&wellness.	Student odpowiednio wykorzystuje nabyte umiejętności przy analizowaniu trendów dotyczących zarządzania zasobami w sektorze spa& wellness. Przy pomocy wykładowcy ocenia nowe rozwiązania.	Student ocenia samodzielnie ukazane rozwiązania stosowane w sektorze odnowy biologicznej w Polsce. Samodzielnie formułuje opinie na temat nowych rozwiązań. Próbuje implikować rozwiązania międzynarodowe na rynek polski.
K_K10	Student nie potrafi samodzielnie uzupełniać swojej wiedzy.	Student przy pomocy nauczyciela potrafi uzupełnić swoją wiedzę w danej dziedzinie ale nie potrafi korzystać z doświadczeń interdyscyplinarnych przy planowaniu działań.	Student przy pomocy nauczyciela potrafi uzupełnić swoją wiedzę w danej dziedzinie ale nie potrafi korzystać z doświadczeń interdyscyplinarnych przy planowaniu działań.	Student samodzielnie szuka rozwiązań podstawowych problemów z zakresu zarządzania i marketingu, wskazuje sposób wprowadzenia zmian, bez problemu rozwiązuje key study przy wykorzystaniu wiedzy z innych dyscyplin.
Inne przydatne informacje				
23 Inne przydatne informacje o przedmiocie				

Tabela podsumowująca.

Efekt kształcenia	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia/metody dydaktyczne	Sposób oceny
-------------------	---	-----------------	-------------------	------------------------------	--------------

dla całego programu („kierunkowych”)					
EK01	K_W37	C1, C2, C3, C4, C5	W1-14, ĆW1-15	1,2,3,4	F1, F2,P1, P2
EK02	K_U35	C1, C2, C3, C4, C5	ćw15	1,2,3,4	F1, F2,P1, P2
EK03	K_U40	C1, C2, C3, C4, C5	ĆW2, 4-6, 13, 14, 15	1,2,3,4	F1, F2,P1, P2
EK04	K_K10	C1, C2, C3, C4, C5	ĆW2, 4-6, 13, 14, 15	1,2,3,4	F1, F2,P1, P2