

KARTA PRZEDMIOTU NA ROK AKADEMICKI 2020/2021						
INFORMACJE OGÓLNE						
1. Nazwa przedmiotu kształcenia		ZARZĄDZANIE I MARKETING				
2. Nazwa jednostki		Wydział Nauk o Zdrowiu, Zakład Fizjoterapii				
3. Grupa treści kształcenia		Nauki kształcenia ogólnego				
4. Typ przedmiotu		obowiązkowy				
5. Poziom studiów		studia drugiego stopnia				
6. Liczba punktów ECTS		2				
7. Poziom przedmiotu		podstawowy				
8. Rok studiów, semestr		II rok, semestr III				
9. Liczba godzin w semestrze		Wyk.	Ćw.	L*	Prj.	Pbn.
		15	15			
10. Język wykładowy:		polski				
11. Wykładowca (wykładowcy)		dr Ewelina Dresler mgr Tomasz Mazurek				
INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE						
12. Wymagania wstępne						
1) Brak						
13. Cele przedmiotu						
C1 Zdobycie wiedzy na temat podstawowych zagadnień z zakresu zarządzania i marketingu.						
C2 Poznanie i nabycie umiejętności posługiwania się wybranymi narzędziami i metodami z zakresu marketingu i zarządzania						
C3 Nabycie umiejętności wykorzystania zdobytej wiedzy teoretycznej do tworzenia projektu (biznesplan)						
14. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych						
Student, który zaliczył przedmiot:					odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
WIEDZA						
EU01 potrafi definiować podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania i marketingu.					K_W11, K_W12, K_W13	
UMIEJĘTNOŚCI						
EU02 Posiada umiejętności wykorzystania i stosowania wybranych narzędzi dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej					K_U07, K_U12, K_U14	
KOMPETENCJE SPOŁECZNE						
EU03 Student jest w stanie pracować w zespole projektowym, zachowując ostrożność w podejmowaniu decyzji					K_K03, K_K04, K_K06	
15. Treści programowe						
Forma zajęć – wykłady						
1. Podstawowe pojęcia z zakresu marketingu i zarządzania. Istota i funkcje zarządzania. Organizacja i otoczenie.						
2. Planowanie i podejmowanie decyzji. Reguła SMART.						
3. Zarządzanie strategiczne. Analiza SWOT.						

4. Instrumenty marketingu mix. 5. Proces organizowania i typy struktur organizacyjnych. 6. Kierowanie w organizacji. Role i umiejętności kierownicze. Style kierowania. 7. Marketing w sieci.	
Forma zajęć – ćwiczenia	
1. Teoretyczne zagadnienia związane z zarządzaniem i marketingiem. 2. Marketing usług medycznych. 3. Public relations w ochronie zdrowia. 4. Macierz BCG w wybranej organizacji. 5. Zarządzanie w służbie zdrowia. 6. Biznesplan. 7. Kolokwium. 8. Podsumowanie i zaliczenie zajęć.	
16. Narzędzia/metody dydaktyczne	
1. Dyskusja	
2. Rozwiązywanie problemu – studium przypadku	
3. Wykład - prezentacja multimedialna	
4. Film dydaktyczny	
17. Sposoby oceny (F – formująca; P – podsumowująca)	
F 1. Projekt edukacyjny	
F 2. Obecność i aktywność na zajęciach	
P 1. Zaliczenie wykładu	
P 2. Kolokwium	
18. Obciążenia pracą studenta	
forma aktywności	średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z nauczycielem**	34
Nakład pracy studenta, w tym:	16
Projekt edukacyjny	8
Zaliczenie wykładu	4
Kolokwium	4
SUMA	50
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	2
19. Literatura podstawowa i uzupełniająca	
Literatura podstawowa:	
1) Styś A., Łobos K.: Współczesne problemy zarządzania i marketingu, Difin, Warszawa 2016.	
2) Korzeniowski L., F.: Podstawy zarządzania organizacjami, Difin, Warszawa 2011.	
Literatura uzupełniająca:	
1) Niestrój R.: Zarządzanie i marketing, Wyd. AE, Kraków 2003.	
20. Formy oceny – szczegóły	
Kolokwium ma charakter pisemny, opisowy oraz rozwiązujący case study (konkretną sytuację problemową w organizacji)	
Zaliczenie wykładu ma charakter pisemny testowy.	
21. Inne przydatne informacje o przedmiocie	
1. Zajęcia odbywają się w PSW im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej	
2. Zajęcia odbywają się zgodnie z aktualnym planem zajęć	
3. Konsultacje odbywają się zgodnie z obowiązującym terminarzem	

* L – laboratorium (w przypadku zajęć z języka obcego oznacza lektorat)

** – Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia **oraz konsultacje**