

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO IM. JERZEGO KUKUCZKI W KATOWICACH										
WYDZIAŁ FIZJOTERAPII										
KIERUNEK: FIZJOTERAPIA										
PROFIL KSZTAŁCENIA: OGÓLNOAKADEMICKI										
Moduł	NIE DOTYCZY									
Przedmiot	ZARZĄDZANIE I MARKETING									
Rodzaj przedmiotu	Obowiązkowy									
Koordinator przedmiotu	Dr hab. Ryszard Plinta, prof. AWF									
Treści programowe przedmiotu oparte na dorobku naukowym pracowników AWF w Katowicach										Tak
GRUPA ZAJĘĆ	B. Nauki ogólne									
Liczba godzi w poszczególnych semestrach i punkty ECTS	I ROK		II ROK		III ROK		IV ROK		V ROK	
	sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem. 4	sem. 5	sem. 6	sem. 7	sem. 8	sem. 9	sem. 10
Wykład (godz./ECTS)								13/0,5		
Ćwiczenia (godz./ECTS)										
Praca własna (godz./ECTS)								13/0,5		
OCENA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Zaliczenie na OCENĘ.									
CELE PRZEDMIOTU	C1. Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami z zakresu zarządzania. C2. Zapoznanie studentów z zasadami planowania, organizowania oraz kierowania zespołami ludzkimi. C3. Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami oraz praktykami z zakresu marketingu.									
EFEKTY UCZENIA SIĘ										
Wiedza – efekty wymienione w standardach	W zakresie wiedzy student wie, zna i rozumie: B.W16. zasady kierowania zespołem terapeutycznym oraz organizacji i zarządzania podmiotami prowadzącymi działalność rehabilitacyjną; B.W17. zasady zatrudniania osób z różnym stopniem niepełnosprawności; B.W18. zasady etyczne współczesnego marketingu medycznego; B.W19. zasady przeprowadzania uproszczonej analizy rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu fizjoterapii.									
Wiedza – efekty nie wymienione w standardach										
Umiejętności – efekty wymienione w standardach										
Umiejętności – efekty nie wymienione w standardach										
Kompetencje społeczne	W zakresie kompetencji społecznych student jest gotów do: KS1. wdrażania zasad koleżeństwa zawodowego i współpracy w zespole specjalistów, w tym z przedstawicielami innych zawodów medycznych, także w środowisku wielokulturowym i wielonarodowościowym; KS2. przyjęcia odpowiedzialności związanej z decyzjami podejmowanymi w ramach działalności zawodowej, w tym w kategoriach bezpieczeństwa własnego i innych osób.									
WARUNKI WSTĘPNE	Brak									
TEMATYKA PRZEDMIOTU										
WYKŁADY										
1. Wprowadzenie do zarządzania i marketingu. 2. Przywództwo i motywowanie pracowników organizacji. 3. Kontrola i zarządzanie zespołem. 4. Kompetencje personelu medycznego. 5. Zarządzanie marketingowe, marketing w ochronie zdrowia. 6. Planowanie działalności gospodarczej, tworzenie biznes planu. 7. Formy prowadzenia działalności gospodarczej. PRACA WŁASNA 1. Jakość w usługach medycznych. 2. Restrukturyzacja w usługach medycznych.										
LITERATURA PODSTAWOWA (* - numer z gwiazdką oznacza dzieło pracownika AWF w Katowicach)										
1. Czerw A.: Marketing w ochronie zdrowia. Difin Warszawa 2010. 2. Kotler P., Keller K.L.: Marketing. Dom Wydawniczy REBIS Poznań 2014. 3. Mućko P., Sokół A.: Jak założyć własną firmę. CeDeWu Sp. z o.o. Warszawa 2016. 3*. Plinta R. (Red.): Wybrane zagadnienia teorii i praktyki zarządzania w ochronie zdrowia. Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach 2016. 4*. Plinta R. (Red.): Zarządzanie w ochronie zdrowia. Cz. 1. Akademia Wychowania Fizycznego w Katowicach 2016. 5. Griffin R.W.: Podstawy zarządzania organizacjami. PWN Warszawa 2018.										
LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA (* - numer z gwiazdką oznacza dzieło pracownika AWF w Katowicach)										

<p>1. Detyna J.: Jakość usług medycznych. Difin Warszawa 2011.  2. Kęsy M.: Kształtowanie kompetencji menedżerskich personelu medycznego w szpitalach. Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego Kraków 2013.</p>	
<p><b>WYBRANE PUBLIKACJE NAUKOWE PRACOWNIKÓW AWF W KATOWICACH DOTYCZĄCE TEMATYKI PRZEDMIOTU</b></p>	
<p>1. Plinta R. (Red.): Wybrane zagadnienia teorii i praktyki zarządzania w ochronie zdrowia. Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach 2016.  2. Plinta R. (Red.): Zarządzanie w ochronie zdrowia. Cz. 1. Akademia Wychowania Fizycznego w Katowicach 2016.</p>	
<b>METODY NAUCZANIA</b>	<p>1. Wykład  2. Prezentacja multimedialna  2. Dyskusja</p>
<b>POMOCE NAUKOWE</b>	<p>1. Rzutnik multimedialny</p>
<b>PROJEKTY</b>	
<b>METODY ZALICZENIA</b>	<p>Odpowiedź pisemna lub ustna; esej; raport; test; ustrukturyzowane pytania.</p>
<b>KRYTERIA OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>	<p>2,0 – student nie osiągnął wymaganych efektów uczenia się (punktacja poniżej 50%)  3,0 – student osiągnął efekty uczenia się w stopniu dostatecznym (51 do 60% )  3,5 – student osiągnął efekty uczenia się w stopniu dostatecznym plus (61 do 70%)  4,0 – student osiągnął efekty uczenia się w stopniu dobrym (71 do 80%)  4,5 – student osiągnął efekty uczenia się w stopniu dobrym plus (81 do 90%)  5,0 – student osiągnął efekty uczenia się w stopniu bardzo dobrym (91 do 100%)</p>