



## Podhalańska Państwowa Uczelnia Zawodowa w Nowym Targu

### Informacje ogólne

<b>Nazwa zajęć</b>	Zarządzanie i marketing
<b>Kod zajęć</b>	F-j2-1,11.22-23
<b>Status zajęć</b>	Do wyboru
<b>Wydział / Instytut</b>	Instytut Zdrowia
<b>Kierunek studiów</b>	Fizjoterapia
<b>Moduł specjalizacyjny</b>	-----
<b>Specjalizacja</b>	-----

Forma studiów	Rok studiów	Semestr	Suma godzin dydaktycznych		Liczba punktów ECTS
			Wykłady	Ćwiczenia/praktyki	
Stacjonarne	1	1	10.0	0	1.0
	Suma		10.0	0	1.0

<b>Poziom studiów</b>	jednolite studia magisterskie
<b>Profil</b>	Praktyczny
<b>Osoba odpowiedzialna za program zajęć</b>	prof.dr hab. Tadeusz Ambroży
<b>Wymagania (Kompetencje wstępne)</b>	Podstawy przedsiębiorczości z poziomu szkoły średniej.
<b>Założenia i cele zajęć</b>	Celem przedmiotu jest zdobycie przez studenta umiejętności planowania i zarządzania firmą.
<b>Prowadzący zajęcia</b>	prof.dr hab. Tadeusz Ambroży
<b>Egzaminator/ Zaliczający</b>	prof.dr hab. Tadeusz Ambroży

### Nakład pracy studenta - bilans punktów ECTS

Nakład pracy studenta niezbędny do uzyskania efektów uczenia się	Obciążenie studenta	
	Studia	Studia

Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów, w tym:	godz.: 11.0	godz.: 0.0		
Udział w wykładach (godz.)	10	0		
Dodatkowe godziny kontaktowe z nauczycielem (godz.)	0	0		
Udział w egzaminie (godz.)	1	0		
Obciążenie studenta związane z jego indywidualną pracą związaną z zajęciami organizowanymi przez uczelnię, w tym:	godz.: 14.0	godz.: 0.0		
Samodzielne studiowanie tematyki zajęć/ przygotowanie się do wykładu (godz.)	5	0		
Przygotowanie do zaliczenia/ egzaminu (godz.)	5	0		
Wykonanie prac zaliczeniowych (referat, projekt, prezentacja itd.) (godz.)	4	0		
Suma (obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia oraz związane z jego indywidualną pracą związaną z tymi zajęciami)	godz.: 25.0	ECTS: 1.0	godz.: 0.0	ECTS: 0
Obciążenie studenta w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne	godz.: 10	ECTS: 0.4	godz.: 0	ECTS: 0

#### Efekty uczenia się

Efekty uczenia się		Odniesienia do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienia do charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się Polskich Ram Kwalifikacji	Sposób weryfikacji efektów uczenia się
Wiedza: student zna i rozumie				
W1	zasady kierowania zespołem terapeutycznym oraz organizacji i zarządzania podmiotami prowadzącymi działalność rehabilitacyjną;	B.W16	P7S_WG P7S_WK02	Test wiedzy, dyskusja
W2	zasady zatrudniania osób z różnym stopniem niepełnosprawności;	B.W17	P7S_WG P7S_WK02	
W3	zasady przeprowadzania uproszczonej analizy rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu fizjoterapii;	B.W19	P7S_WG P7S_WK02 P7S_WK_03	
Umiejętności: student potrafi				
U1	przeprowadzić uproszczoną analizę rynku dla potrzeb planowania działań z zakresu fizjoterapii;	B.U7	P7S_UW_01 P7S_UW_02 P7S_UW_03	Obserwacja wykonania zadania, prezentacja
U2	przeprowadzić rozmowę z pacjentem dorosłym, dzieckiem i rodziną pacjenta z zastosowaniem techniki aktywnego słuchania i wyrażania empatii, a także rozmawiać z pacjentem o jego sytuacji zdrowotnej w atmosferze zaufania podczas całego postępowania	B.U10	P7S_UK_01	

	fizjoterapeutycznego;			
Kompetencje społeczne: student jest gotów do:				
K1	wykonywania zawodu, będąc świadomym roli jaką fizjoterapeuta pełni na rzecz społeczeństwa, w tym społeczności lokalnej;	K_K02	P7S_KO_01 P7S_KO_02 P7S_KR	Obserwacja studenta podczas zajęć
K2	korzystania z obiektywnych źródeł informacji;	K_K03	P7S_KO_01 P7S_KO_02 P7S_KR	

#### Formy i metody kształcenia

Wykład informacyjny , dyskusja.

#### Treści programowe

##### Wykłady

1. Produkt- pojęcie, klasyfikacja, poziomy, aspekty i funkcjonowanie produktu
  - Fazy i rodzaje cyklu życia produktu
  - Regulowanie cyklu życia produktu -2 godz.
2. Klasyfikacja produktów i ich implikacje dla strategii marketingowej -1 godz.
3. Miejsce i rola produktu w strategii przedsiębiorstwa-1 godz.
4. Rozwój nowego produktu i zarządzanie ceną.
  - 1 godz.
5. Marketingowe funkcje i zadania ceny
  - Proces kształtowania cen
  - Rabaty i różnicowanie cen-1 godz.
6. Pojęcie i pomiar wartości marki-1 godz.
7. Strategia produktu i opakowania-1 godz.
8. Zarządzanie dystrybucją
  - Pojęcie i składowe części dystrybucji
  - Kształtowanie kanałów dystrybucji
  - Intensywność dystrybucji -1 godz.
9. Zarządzanie komunikacją marketingową
  - Pojęcie, elementy i intensywność działań promocyjnych
  - Funkcje, rodzaje i znaczenie reklamy -1 godz.
  - Istota, typy, rola i uwarunkowania sprzedaży
10. Kierowanie działalnością marketingową
  - Planowanie działalności marketingowej
  - Strategie marketingowe
  - Organizowanie i kontrola działalności marketingowej -1 godz.

##### Ćwiczenia

ćwiczenia brak

#### Kryteria oceny osiągniętych efektów uczenia się

Kryteria oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta	<b>Kryteria testu:</b>
	od 90% bardzo dobry (5,0)  od 80% dobry plus (4,5)  od 70% dobry (4,0)  od 60% dostateczny plus (3,5)  od 50% dostateczny (3,0)  poniżej 50% niedostateczny (2,0)

**Forma weryfikacji osiągnięć studenta i warunki zaliczenia zajęć**

<b>Forma weryfikacji osiągnięć studenta</b>	Zaliczenie z oceną
<b>Warunki odbywania i zaliczenia zajęć oraz dopuszczenia do końcowego egzaminu (zaliczenia z oceną)</b>	Zaliczenie aktywność na zajęciach oraz obecność.

**Wykaz zalecanego piśmiennictwa****Wykaz literatury podstawowej**

<b>Lp. Pozycja</b>
1. Ph. Kotler , Marketing, Rebis, Warszawa, 2012.
2. I.P. Rutkowski, Strategie produktu. Konceptcje i metody zarządzania koncepcją produktową, PWE, Warszawa 2011.

**Wykaz literatury uzupełniającej**

<b>Lp. Pozycja</b>
Ph. Kotler, M. Kotler, Przez marketing do wzrostu. 8 zwycięskich strategii, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2013.
Marketing. Koncepcja skutecznych działań, pod red. L. Garbarskiego, PWE, Warszawa 2011.
3. Marketing. Kluczowe pojęcia i praktyczne zastosowania, pod red. L. Garbarskiego, PWE, Warszawa 2011.
4. Altkorn J., Podstawy marketingu, Instytut Marketingu, Kraków 2004.

**Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych**

<b>Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych</b>	Brak
--	------

