



Podstawy zarządzania i marketingu w gabinecie stomatologicznym

1. METRYCZKA	
Rok akademicki	2024/2025
Wydział	Lekarsko-Stomatologiczny
Kierunek studiów	Lekarsko-dentystyczny
Dyscyplina wiodąca	Nauki medyczne
Profil studiów	Ogólnoakademicki
Poziom kształcenia	Jednolite magisterskie
Forma studiów	Niestacjonarne
Typ modułu/przedmiotu	Obowiązkowy
Forma weryfikacji efektów uczenia się	Zaliczenie
Jednostka/jednostki prowadząca/e	Zakład Medycyny Społecznej i Zdrowia Publicznego ul. Pawińskiego 3a, 02-106 Warszawa, tel.: 22 116 63 35 e-mail: msizp@wum.edu.pl

Kierownik jednostki/kierownicy jednostek	Prof. dr hab. n. med. Aneta Nitsch-Osuch
Koordynator przedmiotu	Prof. dr hab. n. med. Aneta Nitsch-Osuch; anitsch@wum.edu.pl
Osoba odpowiedzialna za sylabus	Dr n. ekon. Magdalena Bogdan; mbogdan@wum.edu.pl
Prowadzący zajęcia	Dr n. ekon. Magdalena Bogdan; mbogdan@wum.edu.pl

2. INFORMACJE PODSTAWOWE			
Rok i semestr studiów	V rok, X semestr	Liczba punktów ECTS	1.00
FORMA PROWADZENIA ZAJĘĆ		Liczba godzin	Kalkulacja punktów ECTS
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim			
wykład (W) w formie e-learningu		4	0.15
seminarium (S)		8	0.30
ćwiczenia (C)		4	0.15
e-learning (e-L)			
zajęcia praktyczne (ZP)			
praktyka zawodowa (PZ)			
Samodzielna praca studenta			
Przygotowanie do zajęć i zaliczeń		14	0.40

3. CELE KSZTAŁCENIA	
C1	Zdobycie wiedzy z zakresu podstaw zarządzania i marketingu w gabinecie stomatologicznym.
C2	Przygotowanie absolwentów kierunku lekarsko – dentystycznego do prowadzenia działalności leczniczej, w formach przewidzianych przez prawo.

4. STANDARD KSZTAŁCENIA – SZCZEGÓŁOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol i numer efektu uczenia się zgodnie ze standardami uczenia się	Efekty w zakresie
Wiedzy – Absolwent* zna i rozumie:	
G.W10.	zasady funkcjonowania, zarządzania i informatyzacji przedsiębiorstw podmiotu leczniczego i innych instytucji zdrowia publicznego;
G.W12.	zasady negocjacji i zawierania umów o udzielanie świadczeń zdrowotnych w sektorze publicznym i niepublicznym;
G.W25.	podstawy prawne komunikowania się w medycynie;
G.W29.	przepisy prawa dotyczące prowadzenia działalności w zakresie opieki zdrowotnej;
G.W30.	podstawowe obowiązki pracownika i pracodawcy.
Umiejętności – Absolwent* potrafi:	
G.U9.	przygotować oferty konkursowe związane z udzielaniem świadczeń zdrowotnych;
G.U10.	zorganizować i prowadzić gabinet stomatologiczny;
G.U11.	pracować w zespole i kierować zespołem w gabinecie stomatologicznym;
G.U15.	dostarczać pacjentowi potrzebnych informacji w zakresie promocji zdrowia jamy ustnej;
G.U22.	działać w warunkach niepewności i stresu.

**W załącznikach do Rozporządzenia Ministra NiSW z 26 lipca 2019 wspomina się o „absolwencie”, a nie studencie*

5. POZOSTAŁE EFEKTY UCZENIA SIĘ

Numer efektu uczenia się	Efekty w zakresie
Wiedzy – Absolwent zna i rozumie:	
W1	-
Umiejętności – Absolwent potrafi:	
U1	-
Kompetencji społecznych – Absolwent jest gotów do:	

K1	-
----	---

6. Zajęcia		
Forma zajęć	Treści programowe	Efekt uczenia się
Wykłady	<p>W1* – Wykład 1 – Podstawy teorii organizacji i zarządzania w podmiocie leczniczym, z uwzględnieniem uwarunkowań gabinetu stomatologicznego.</p> <p>Analiza materiałów zamieszczonych na platformie e-learningowej WUM.</p>	G.W10., G.W12., G.W25., G.W29., G.W30.
Seminaria	<p>S1* – Seminarium 1 – Podstawy teorii marketingu i komunikacji społecznej w ochronie zdrowia.</p> <p>Omówienie i przedyskutowanie ze studentami cech marketingu społecznego i różnic w odniesieniu do marketingu komercyjnego, modelu logicznego interwencji społecznej oraz zasad komunikacji społecznej w ochronie zdrowia.</p> <p>S2* – Seminarium 2 – Zarządzanie w gabinecie stomatologicznym - część 1.</p> <p>Omówienie i przedyskutowanie ze studentami podstawowych zagadnień z zakresu zarządzania strategicznego i operacyjnego, jakości świadczeń oraz wykorzystania innowacyjnych narzędzi informatycznych w zarządzaniu gabinetem stomatologicznym.</p> <p>S3* – Seminarium 3 – Zarządzanie w gabinecie stomatologicznym - część 2.</p> <p>Omówienie i przedyskutowanie ze studentami podstawowych zagadnień z zakresu współpracy w zespole, w tym metody negocjacji i techniki współpracy z pacjentem konfliktowym.</p> <p>S4* – Seminarium 4 – Strategie marketingowe w zakresie funkcjonowania podmiotu leczniczego z uwzględnieniem uwarunkowań gabinetu stomatologicznego.</p> <p>Dyskusja grupowa.</p>	<p>G.W10., G.W25., G.W29., G.W30., G.U9., G.U10.</p> <p>G.W10., G.W25., G.W29., G.W30., G.U9., G.U15., G.U22.</p> <p>G.W10., G.W25., G.W29., G.W30., G.U9., G.U15., G.U22.</p>
Ćwiczenia	<p>C1* – Ćwiczenie 1 – Strategie marketingowe w zakresie funkcjonowania podmiotu leczniczego z uwzględnieniem uwarunkowań gabinetu stomatologicznego.</p> <p>Realizacja prac grupowych</p>	G.U9., G.U10., G.U11., G.U15., G.U22.

7. LITERATURA
Obowiązkowa
<ol style="list-style-type: none"> 1. Zarządzanie. Teoria i praktyka. Koźmiński A.K., Piotrowski W. PWN. 2013 i późniejsze wydania 2. Zarządzanie w opiece zdrowotnej. Walshe K., Smith J. Wolters Kluwer Polska. 2011 3. Marketing gabinetu stomatologicznego. Bukowska – Piestrzyńska A. Czelej. 2011 4. Obowiązujące akty prawne dotyczące zarządzania i organizacji w ochronie zdrowia
Uzupełniająca
<ol style="list-style-type: none"> 1. Health Economics: Fundamentals and Flow of Funds. Getzen T. John Wiley & Sons, Inc. 1997

8. SPOSOBY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Symbol przedmiotowego efektu uczenia się	Sposoby weryfikacji efektu uczenia się	Kryterium zaliczenia
G.W10., G.W12., G.W20., G.W29., G.W230.	Zapoznanie się z treściami dostępnymi w ramach wykładów na platformie e-learningowej.	Zaliczenie wykładów poprzez zapoznanie się z nimi na platformie e-learningowej, znajomości treści wykładowych weryfikowana będzie w ramach dyskusji seminaryjnej
G.W10., G.U10., G.U11.	Aktywny udział w seminariach.	Realizacja zadań praktycznych (praca w grupach) w ramach seminariów.
G.W10., G.W25., G.W29., G.W30., G.U9., G.U15., G.U22.	Przygotowanie i prezentacja projektu zaliczeniowego w postaci strategii marketingowej dla gabinetu stomatologicznego. Kurs kończy się zaliczeniem bez oceny i będzie weryfikowany na podstawie: - aktywnego uczestnictwa w wykładach, seminariach oraz ćwiczeniach ocenianego przez prowadzącego - realizacji zadań praktycznych wyznaczonych przez prowadzącego - przygotowania projektu zaliczeniowego w postaci strategii marketingowej dla gabinetu stomatologicznego	

9. INFORMACJE DODATKOWE

1. Osoba odpowiedzialna za prowadzenie dydaktyki: dr n. ekon. Magdalena Bogdan; mbogdan@wum.edu.pl
2. Zajęcia prowadzone są w formie wykładów (e-learning), seminariów i ćwiczeń w ramach zajęć stacjonarnych.
3. Przed przystąpieniem do seminariów studenci powinni zapoznać się z zalecaną literaturą.
4. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. W szczególnie uzasadnionych przypadkach dopuszczalne jest odrobienie nieobecności na indywidualnie określonych zasadach.
5. Studenci są zobowiązani do zaliczenia przedmiotu w semestrze, w którym przystąpili do zajęć.
6. Zmiana grupy jest możliwa po uzyskaniu pisemnej zgody Kierownika Zakładu.
7. Przepisanie oceny jest możliwe po uzyskaniu pisemnej zgody Kierownika Zakładu w pierwszych 4 tygodniach semestru, w którym prowadzony jest przedmiot.
8. Studenckie Koło Naukowe przy Zakładzie Medycyny Społecznej i Zdrowia Publicznego Zarządzania w Ochronie Zdrowia, Opiekun SKN dr Magdalena Bogdan, mbogdan@wm.edu.pl). Informacje o SKN dostępne są na stronie Zakładu.
10. Zakład Medycyny Społecznej i Zdrowia Publicznego realizuje projekt „O czym lekarze rozmawiają z nastolatkami, a o czym nastolatki chcieliby? Badanie realizacji standardów lekarskich wizyt profilaktycznych młodzieży” będący częścią działań naukowo-dydaktycznych Zakładu, realizowany w ramach programu "Mini-grantu studenckiego WUM".

Prawa majątkowe, w tym autorskie, do sylabusu, przysługują WUM. Sylabus może być wykorzystywany dla celów związanych z kształceniem na studiach odbywanych w WUM. Korzystanie z sylabusu w innych celach wymaga zgody WUM.

UWAGA

Końcowe 10 minut ostatnich zajęć w bloku/semestrze/roku należy przeznaczyć na wypełnienie przez studentów Ankiety Oceny Zajęć i Nauczycieli Akademickich