



Podstawy zarządzania i marketingu w gabinecie stomatologicznym

1. METRYCZKA

Rok akademicki	2025/2026
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 hab. n. med. i n. o zdr. Magdalena Łoś; mbogdan@wum.edu.pl
Prowadzący zajęcia	Dr hab. n. med. i n. o zdr. Magdalena Łoś; 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	W1* – Wykład 1 – Podstawy teorii organizacji i zarządzania w podmiocie leczniczym, z uwzględnieniem uwarunkowań gabinetu stomatologicznego. Analiza materiałów zamieszczonych na platformie e-learningowej WUM.	G.W10., G.W12., G.W25., G.W29., G.W30.
Seminaria	S1* – Seminarium 1 – Podstawy teorii marketingu i komunikacji społecznej w ochronie zdrowia. 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.	G.W10., G.W25., G.W29., G.W30., G.U9., G.U10. G.W10., G.W25., G.W29., G.W30., G.U9., G.U15., G.U22.
	S2* – Seminarium 2 – Zarządzanie w gabinecie stomatologicznym - część 1. Omówienie i przedyskutowanie ze studentami podstawowych zagadnień z zakresu zarządzania strategicznego i operacyjnego, jakości świadczeń oraz wykorzystania innowacyjnych narzędzi informatycznych w zarządzaniu gabinetem stomatologicznym.	G.W10., G.W25., G.W29., G.W30.; G.U9., G.U15., G.U22.
	S3* – Seminarium 3 – Zarządzanie w gabinecie stomatologicznym - część 2. Omówienie i przedyskutowanie ze studentami podstawowych zagadnień z zakresu współpracy w zespole, w tym metody negocjacji i techniki współpracy z pacjentem konfliktowym.	G.W10., G.W25., G.W29., G.W30., G.U9., G.U15., G.U22.
	S4* – Seminarium 4 – Strategie marketingowe w zakresie funkcjonowania podmiotu leczniczego z uwzględnieniem uwarunkowań gabinetu stomatologicznego. Dyskusja grupowa.	
Ćwiczenia	C1* – Ćwiczenie 1 – Strategie marketingowe w zakresie funkcjonowania podmiotu leczniczego z uwzględnieniem uwarunkowań gabinetu stomatologicznego. Realizacja prac grupowych	G.U9., G.U10., G.U11., G.U15., G.U22.

7. LITERATURA
Obowiązkowa
- Zarządzanie. Teoria i praktyka. Koźmiński A.K., Piotrowski W. PWN. 2013 i późniejsze wydania - Zarządzanie w opiece zdrowotnej. Walshe K., Smith J. Wolters Kluwer Polska. 2011 - Marketing gabinetu stomatologicznego. Bukowska – Piestrzyńska A. Czelej. 2011 - Obowiązujące akty prawne dotyczące zarządzania i organizacji w ochronie zdrowia
Uzupełniająca
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 Realizacja zadań praktycznych (praca w grupach) w ramach seminariów.
G.W10., G.U10., G.U11.	Aktywny udział w seminariach.	
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

- Osoba odpowiedzialna za prowadzenie dydaktyki: dr hab. Magdalena Łoś; mbogdan@wum.edu.pl
- Zajęcia prowadzone są w formie wykładów (e-learning), seminariów i ćwiczeń w ramach zajęć stacjonarnych.
- Przed przystąpieniem do seminariów studenci powinni zapoznać się z zalecaną literaturą.
- Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. W szczególnie uzasadnionych przypadkach dopuszczalne jest odrobienie nieobecności na indywidualnie określonych zasadach.
- Studenci są zobowiązani do zaliczenia przedmiotu w semestrze, w którym przystąpili do zajęć.
- Zmiana grupy jest możliwa po uzyskaniu pisemnej zgody Kierownika Zakładu.
- Przepisanie oceny jest możliwe po uzyskaniu pisemnej zgody Kierownika Zakładu w pierwszych 4 tygodniach semestru, w którym prowadzony jest przedmiot.
- Studenckie Koło Naukowe przy Zakładzie Medycyny Społecznej i Zdrowia Publicznego Zarządzania w Ochronie Zdrowia, Opiekun SKN dr hab. Magdalena Łoś, mbogdan@wm.edu.pl). Informacje o SKN dostępne są na stronie Zakładu.

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