

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Farmaceutická fakulta	
Kód predmetu: FaF.KORF/17-Bc/22	Názov predmetu: Základy manažmentu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Absolvovanie predmetu sa deje písomnou skúškou s minimálnou hranicou úspešnosti 60%. Hodnotenie: A = 100-95%, B = 94-85%, C = 84-75%, D = 74-65%, E = 64-60%, FX = 59% a menej.	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu študent získava vedomosti z teórie manažmentu a marketingu so zameraním na špecifiká v zdravotníctve. Ovláda základné poznatky všeobecného manažmentu, manažérske funkcie (rozhodovanie, plánovanie, kontrola, vedenie) a manažment ako proces riadenia v oblasti zdravotníctva. Dostáva prehľad o strategickom, personálnom, finančnom a krízovom manažmente a riadení kvality zdravotnej starostlivosti, o vedení tímu a motivácii. Študent získa aj základné poznatky z marketingu (trh, segmentácia, trhovú pozíciu, zákazníci, marketingový mix – produkt, cena, distribúcia, marketingová komunikácia) v oblasti zdravotníctva a farmácie.	
Stručná osnova predmetu: Predmet predstavuje výber tematických špecifických okruhov z rozsiahlej problematiky teórie manažmentu a marketingu so zameraním sa na špecifiká manažmentu a marketingu v zdravotníctve a vo farmácii: <ul style="list-style-type: none">- Všeobecná teória manažmentu, manažérke myslenie a smery.- Manažment ako proces riadenia.- Manažérske funkcie – riadenie, rozhodovanie, plánovanie, kontrola, vedenie.- Strategický manažment.- Finančný manažment.- Organizácia, organizačná štruktúra – personálny manažment.- Manažment a kontrola kvality.- Vedenie tímu a motivácia.- Špecifiká zdravotníckeho manažmentu a manažéri.- Krízový manažment v zdravotníctve.- Špecifiká manažérskych postupov vo farmácii – manažment pacienta a zdravotníckeho zariadenia.- Základy marketingu vo farmácii – trh, segmentácia, , trhovú pozíciu, zákazník, marketingový mix (produkt, cena, distribúcia, marketingová komunikácia). Reklama vo farmácii.- Marketing zdravotníckych pomôcok.- Marketing zdravotníckeho zariadenia – lekárne, výdajňa zdravotníckych pomôcok.	

Odporúčaná literatúra:

Foltán V. a kol.: Manažment, marketing a lieky, Herba 2010.
Ozorovský V. a kol.: Zdravotnícky manažment a financovanie, Bratislava, Wolters Kluwer 2016
Kotler P.: Marketing a management, Grada, 2001
Jakušová V.: Základy zdravotníckeho manažmentu, Osveta Martin, 2010.
Sedlák M.: Základy manažmentu, IURA Edition 2008.
Karlíček M.: Základy marketingu, Grada 2013
Metyš K., Balog P.: Marketing ve farmácii, Grada 2006
Mináriková D. a kol.: Zdravotnícke pomôcky - legislatíva a regulácia, Osveta 2015
Zákon č. 147/2001 Z.z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk.

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 163

A	ABS	B	C	D	E	FX
14,11	0,0	17,18	19,63	23,93	21,47	3,68

Vyučujúci: doc. PharmDr. Daniela Mináriková, PhD., doc. PharmDr. Tomáš Tesař, PhD., MBA

Dátum poslednej zmeny: 01.04.2022

Schválil: doc. PharmDr. Daniela Mináriková, PhD.