

**AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO**  
**IM. EUGENIUSZA PIASECKIEGO W POZNANIU**  
**EFEKTY KSZTAŁCENIA NA STUDIACH PODYPLOMOWYCH**

**1. Tytuł studiów podyplomowych:**

**ZARZĄDZANIE TURYSTYKĄ MEDYCZNĄ**

**2. Cel studiów:**

Liczba zagranicznych pacjentów–turystów medycznych<sup>1</sup>, czyli osób podróżujących poza miejsce stałego pobytu obecnie się zwiększa. Ten wzrost na rynku jest wyzwaniem dla przedstawicieli biur podróży, hoteli, uzdrowisk, także klinik, aby móc zaoferować zindywidualizowane pakiety z zakresu turystyki medycznej. Zjawisko turystyki medycznej oferuje także możliwości rozszerzenia dotychczasowych działalności gospodarczych.

Odpowiadając na to zapotrzebowanie stworzono atrakcyjną ofertę dydaktyczną, stanowiącą synergię działalności z zakresu medycyny oraz turystyki. Prężny rozwój branży turystyki zdrowotnej pociąga za sobą potrzebę doskonalenia kadr i rosnące zapotrzebowanie na wysoko wykwalifikowanych pracowników – rozumiejących potrzeby pacjentów i potrafiących kreatywnie na nie reagować.

Świadczenie usług dla podróżujących osób, poszukujących zdrowia, dobrego samopoczucia, przy tym konsumujących usługi medyczne, w tym stomatologiczne i inne wymaga posiadania zróżnicowanej i kompleksowej wiedzy oraz odpowiedniego zestawu umiejętności. Założeniem programu studiów *Zarządzanie Turystyką Medyczną* jest wyposażenie absolwenta<sup>2</sup> w szereg oczekiwanych na rynku pracy umiejętności praktycznych i kompetencji pozwalających na swobodne dopasowanie się do wymagań rynku oraz oczekiwań pracodawców<sup>3</sup>. Studia wyposażą absolwenta w nowoczesną, wyprofilowaną wiedzę, umiejętności menedżerskie oraz odpowiednie kompetencje osobiste i interpersonalne odpowiadające potrzebom i realiom funkcjonowania przedsiębiorstwa na krajowym / regionalnym rynku usług turystyki medycznej, (w tym niezbędne do prowadzenia własnej działalności gospodarczej oraz zwiększające konkurencyjność na europejskim rynku).

---

<sup>1</sup> osoby 50+, z niepełnosprawnością ruchową wymagające pomocy w mobilności, pacjenci z alergiami pokarmowymi lub przewlekłymi schorzeniami, jak również ci, którzy pragną dostępu do różnego rodzaju usług medycznych

<sup>2</sup> to wykwalifikowana osoba, której specjalistyczna wiedza i umiejętności wykraczają poza obszary turystyki i pozwalają na swobodne poruszanie się w przestrzeni społeczno-ekonomicznej podmiotów oferujących usługi medyczne i prozdrowotne. W efekcie pozwala mu to na zaplanowanie i realizację medycznej podróży, a także wpływa na sposób zagospodarowania czasu wolnego pacjenta i osobie mu towarzyszącej z uwzględnieniem wielu czynników (kraj pochodzenia, długość podróży, wiek, religia, kultura, stan chorobowy, inwazyjności zabiegu etc.).

<sup>3</sup> Słuchacze otrzymują nieodpłatnie **certyfiakat** wydany przez **Polskie Stowarzyszenie Turystyki Medycznej**.

Program studiów obejmuje zajęcia prowadzone przez praktyków, krajowych ekspertów oraz nauczycieli akademickich.

### **3. Uczestnicy:**

- absolwenci (minimum ze stopniem zawodowym licencjata) wyższych uczelni,
- prowadzący własną działalność gospodarczą w zakresie turystyki, medycyny, rehabilitacji, odnowy biologicznej, SPA, wellness, zdrowia i urody,
- kadra menedżerska i pracownicy biur podróży, obiektów hotelarskich, uzdrowisk
- dostawcy usług opieki zdrowotnej,
- pośrednicy i koordynatorzy opieki nad pacjentem–turystą medycznym,
- przedstawiciele administracji państwowej i jednostek samorządu terytorialnego,
- nauczyciele szkół średnich i uczelni wyższych,
- liderzy organizacji, stowarzyszeń, klastrów turystycznych i/lub medycznych.

### **4. Efekty kształcenia<sup>4</sup>:**

Efekty kształcenia dla kierunku **Zarządzanie turystyką medyczną** zostały umiejscowione w następujących obszarach, w odpowiednich proporcjach:

- (1) obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej – 56%
- (2) obszar nauk społecznych – 44%

Absolwent posiada wiedzę z zakresu wymienionych obszarów nauk stanowiących konkretne kwalifikacje zawodowe uprawniające do podejmowania działalności w zakresie zarządzania turystyką medyczną. Jest przygotowany do inicjowania i wspierania przygotowań do kreowania produktów turystyki medycznej we własnych przedsiębiorstwach posługując się wiedzą o dostępnych formach współpracy w tym zakresie. Do kluczowych kompetencji zdobytych w ramach proponowanych studiów zaliczono:

- gotowość do poszukiwania sposobów zaspakajania zindywidualizowanych potrzeb pacjentów–turystów medycznych w zakresie zdrowia, urody i aktywnego wypoczynku,
- świadomość możliwości rozwoju swojego przedsiębiorstwa poprzez wdrażanie innowacyjnych produktów turystyki medycznej i usług komplementarnych,

---

<sup>4</sup> zgodne z Polską Ramą Kwalifikacji (Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 26 września 2016).

- gotowość do stymulowania zmian w organizacji i obsłudze pacjentów z wykorzystaniem najnowszych rozwiązań biznesowych,
- gotowość do kreowania niszowych produktów turystyki zdrowotnej i uczestnictwa w rozmowach i dyskusjach z przedstawicielami wszystkich typów organizacji będących aktorami na rynku turystyki medycznej.

Szczegółowe efekty kształcenia:

<b>Kod efektu</b>	<b>Efekt</b>	<b>Kod składowika opisu wg Rozporz.</b>	<b>Obszar nauk</b>
<b>WIEDZA</b>			
K_WG01	Absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich metody i teorie naukowe wyjaśniające złożone zależności między nimi, właściwe dla dyscyplin naukowych powiązanych z teoretycznymi podstawami turystyki medycznej oraz kierunki ich rozwoju, a także zaawansowaną metodologię badań	P7S_WG	Obszar nauk społecznych Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
K_WG02	Absolwent zna podstawowe pojęcia charakteryzujące turystykę zdrowotną – jej funkcje, strukturę rynku, czynniki kształtujące popyt i podaż, zna miejsce turystyki zdrowotnej we współczesnym stylu życia, posiada pogłębioną wiedzę na temat globalnych zjawisk kształtujących tendencje w mobilności pacjentów	P7S_WG	Obszar nauk społecznych Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
K_WG03	Absolwent zna i rozumie aktualnie dyskutowane w literaturze naukowej problemy z zakresu turystyki medycznej oraz potencjalne kierunki jej rozwoju, a także praktycznego wykorzystania osiągnięć badawczych	P7S_WG	Obszar nauk społecznych Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
K_WG04	Absolwent posiada poszerzoną wiedzę merytoryczną i praktyczną na temat leczenia uzdrowiskowego, uwarunkowań transgranicznej opieki zdrowotnej, odnowy biologicznej, w tym usług SPA i wellness – możliwości ich stosowania w turystyce zdrowotnej	P7S_WG	Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
K_WK01	Absolwent zna i rozumie podstawowe uwarunkowania etyczne, prawne i ekonomiczne związane z prowadzoną działalnością naukową, dydaktyczną i wdrożeniową. Ma wiedzę o podmiotach rynku turystyki medycznej w Polsce i na świecie w nawiązaniu do relacji środowisko-człowiek – zna zasady ich funkcjonowania, relacje występujące między różnymi podmiotami, normy prawne regulujące zasady ich tworzenia i funkcjonowania, ma pogłębioną wiedzę o metodach zarządzania przedsiębiorstwem turystyki medycznej, zasadach planowania strategicznego oraz nowoczesnych instrumentach marketingowych w promocji produktu turystyki medycznej	P7S_WK	Obszar nauk społecznych Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
K_WK02	Absolwent zna i rozumie zasady analizy procesów psychospołecznych ważnych dla zdrowia i jego ochrony, kultury fizycznej oraz stylu życia i wybranych modeli zachowań prozdrowotnych, kreatywnych i rekreacyjnych w zakresie właściwym dla turystyki medycznej.	P7S_WK	Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej

K_WK03	Absolwent zna i rozumie uwarunkowania kulturowe potrzeb i problemów jednostek i grup społecznych oraz prawne i ekonomiczne możliwości realizacji tych potrzeb w zakresie turystyki medycznej, w tym ma wiedzę na temat procesu komunikowania się i jego elementów – specyfiki komunikowania się międzykulturowego, przejawów różnic kulturowych, natury kontaktów międzykulturowych w obsłudze i organizacji turystyki medycznej	P7S_WK	Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
K_WK04	Absolwent zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji w kontekście rozwoju działalności w zakresie turystyki i rekreacji	P7S_WK	Obszar nauk społecznych, Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>			
K_UW01	Absolwent potrafi wykorzystywać posiadaną pogłębioną wiedzę teoretyczną z zakresu turystyki zdrowotnej w celu analizowania i interpretowania problemów zdrowotnych oraz motywów i wzorów zachowań społeczeństwa związanych ze zdrowiem	P7S_UW	Obszar nauk społecznych, Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
K_UW02	Absolwent potrafi prawidłowo posługiwać się systemami normatywnymi przy rozwiązywaniu wybranych problemów z zakresu dyscyplin naukowych właściwych dla turystyki medycznej, w odniesieniu do wybranych kategorii więzi społecznych lub wybranego rodzaju norm	P7S_UW	Obszar nauk społecznych
K_UO01	Absolwent posiada umiejętność posługiwania się normami prawnymi w celu rozwiązywania konkretnych problemów związanych z tworzeniem nowych jednostek organizacyjnych; podejmowaniem i prowadzeniem działalności gospodarczej	P7S_UO	Obszar nauk społecznych
K_UO02	Absolwent potrafi współpracować z innymi osobami w ramach prac zespołowych (także o charakterze interdyscyplinarnym) przyjmując w grupie różne role oraz pełnić rolę przywódczą	P7S_UO	Obszar nauk społecznych Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
K_UK01	Absolwent potrafi stosować zaawansowane techniki efektywnego komunikowania się i negocjacji z jednostkami i grupami społecznymi oraz wykorzystywać zdobytą wiedzę do promocji zdrowia i zdrowego trybu życia	P7S_UK	Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
K_UK02	Absolwent jest gotów do formułowania opinii dotyczących różnych aspektów działalności zawodowej w zakresie turystyki medycznej	P7S_UK	Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
K_UK03	Absolwent potrafi zidentyfikować i rozwiązywać problemy kształtowania działań marketingowych na rynku usług w złożonym otoczeniu międzynarodowym, analizować sytuację i formułować strategię marketingową dla organizacji/produktu/marki turystyki medycznej, potrafi wykorzystywać nowoczesne technologie do tworzenia produktu turystyki medycznej; ich promocji i sprzedaży	P7S_UK	Obszar nauk społecznych
K_UK04	Absolwent potrafi wskazać rynek, na jakim chciałby prowadzić własną działalność gospodarczą, posiada	P7S_UK	Obszar nauk społecznych

	umiejętność współpracy, komunikacji i negocjacji z wielokulturowym otoczeniem przedsiębiorstw i instytucji działających w sferze turystyki medycznej, zdrowia i urody oraz ich otoczeniu		
K_UK05	Absolwent potrafi adaptować, wdrażać i realizować preferowane przez pacjentów–turystów medycznych wzorce kulturowe oraz ich model konsumpcji, uwzględniając przy tym aspekty zdrowia, kondycji fizycznej, wartości poznawczych i nowych przeżyć, ze szczególnym uwzględnieniem wyników badań własnych oraz krajowych i zagranicznych ośrodków naukowych	P7S_UK	Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
K_UU01	Absolwent potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie	P7S_UU	Obszar nauk społecznych, Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
K_KK01	Absolwent jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy z zakresu turystyki medycznej oraz uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych, a także do zasięgnięcia opinii ekspertów	P7S_KK	Obszar nauk społecznych, Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
K_KK02	Absolwent jest przygotowany do aktywnego i odpowiedzialnego uczestnictwa w grupach, organizacjach i instytucjach realizujących działania w zakresie turystyki medycznej i jest zdolny do porozumiewania się z osobami będącymi i niebędącymi specjalistami w danej dziedzinie	P7S_KK	Obszar nauk społecznych, Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
K_KK03	Absolwent jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	P7S_KK	Obszar nauk społecznych, Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
K_KK04	Absolwent jest gotów do rozwiązywania złożonych problemów etycznych związanych z wykonywaniem zawodu oraz do określania priorytetów służących realizacji określonych zadań z zakresu turystyki medycznej	P7S-KK	Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
K_KR01	Absolwent jest gotów do odpowiedzialnego podejścia do pełnienia roli zawodowej, w tym przestrzegania zasad etyki zawodowej, wymagania tego od innych oraz do dbałości o dorobek i tradycje zawodu	P7S_KR	Obszar nauk społecznych, Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej
K_KR02	Absolwent jest gotów do demonstrowania postawy promującej zdrowy styl życia i aktywność fizyczną, wykazuje aktywność, podejmuje trud i odznacza się wytrwałością w realizacji indywidualnych i zespołowych profesjonalnych działań w zakresie promocji zdrowia, odnowy biologicznej, lecznictwa uzdrowiskowego i transgranicznej opieki zdrowotnej	P7S-KR	Obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej

## **5. Warunki zaliczenia:**

Uzyskanie zaliczeń i pozytywnych ocen z egzaminów. Przygotowanie i obrona pracy podyplomowej.

## **6. Program ramowy z liczbą godzin:**

### **BLOK I – Współczesne tendencje w turystyce zdrowotnej – 30 godz.**

1. Rynek turystyki zdrowotnej – 10 godz.
2. Turystyka w uzdrowiskach – 6 godz.
3. Turystyka wellness – 6 godz.
4. Turystyka medyczna – 8 godz.

### **BLOK II – Organizacja i działalność podmiotów gospodarczych na rynku turystyki, zdrowia i urody – 50 godz.**

5. Strategie i narzędzia marketingowe – 14 godz.
6. Innowacyjny produkt turystyki zdrowotnej – 10 godz.
7. Rachunkowość zarządcza w przedsiębiorstwie – 6 godz.
8. Elementy prawa i ubezpieczenia w turystyce zdrowotnej – 8 godz.
9. Elementy zarządzania i negocjacji – 12 godz.

### **BLOK III – Organizacja i obsługa turystów medycznych – 50 godz.**

10. Obsługa ruchu turystycznego – 12 godz.
11. Animacja czasu wolnego – 6 godz.
12. Komunikacja interpersonalna – 6 godz.
13. Kulturowe uwarunkowania prowadzenia biznesu – 6 godz.
14. Etykieta menedżera – 6 godz.
15. English in Medical Tourism – 8 godz.
16. Zajęcia z praktykami – 6 godz.

### **BLOK IV – Opieka medyczna w gospodarce turystycznej – 30 godz.**

17. Organizacja opieki zdrowotnej – 10 godz.
18. Certyfikacja i akredytacja placówek opieki zdrowotnej – 6 godz.
19. Środowisko a jakość życia – 6 godz.
20. Medycyna podróży – 8 godz.

### **PRACE PODYPLOMOWE Konsultacje, promotorstwo – 6 godz.**

- **Liczba miesięcy nauki: 9**
- **Liczba godzin: 166**
- **Liczba zjazdów: 10**

## Program ramowy

L.p.	Blok	Przedmiot	Liczba godzin			Egzamin / Zaliczenie
			ogółem	wykład	ćwiczenia	
1	<b>I</b> Współczesne tendencje w turystyce zdrowotnej	Rynek turystyki zdrowotnej	10	8	2	E
2		Turystyka w uzdrowiskach	6	4	2	Z
3		Turystyka wellness	6	4	2	Z
4		Turystyka medyczna	8	6	2	Z
5	<b>II</b> Organizacja i działalność podmiotów gospodarczych na rynku turystyki, zdrowia i urody	Strategie i narzędzia marketingowe	14	6	8	E
6		Innowacyjny produkt turystyki zdrowotnej	10	2	8	Z
7		Rachunkowość zarządcza w przedsiębiorstwie	6	4	2	Z
8		Elementy prawa i ubezpieczenia w turystyce zdrowotnej	8	6	2	E
9		Elementy zarządzania i negocjacji	12	6	6	Z
10	<b>III</b> Organizacja i obsługa turystów medycznych	Obsługa ruchu turystycznego	12	6	6	E
11		Animacja czasu wolnego	6	4	2	Z
12		Komunikacja interpersonalna	6	-	6	Z
13		Kulturowe uwarunkowania prowadzenia biznesu	6	2	4	E
14		Etykieta menedżera	6	-	6	Z
15		English in Medical Tourism	8	-	8	Z
16		Zajęcia z praktykami	6	-	6	Z
17	<b>IV</b> Opieka medyczna w gospodarce turystycznej	Organizacja opieki zdrowotnej	10	10	-	E
18		Certyfikacja i akredytacja placówek opieki zdrowotnej	6	4	2	Z
19		Środowisko a jakość życia	6	4	2	Z
20		Medycyna podróży	8	6	2	Z
21	<b>PRACE PODYPLOMOWE</b>	Konsultacje, promotorstwo	6	-	6	E
<b>Liczba godzin</b>			<b>166</b>	<b>82</b>	<b>84</b>	<b>14 Z / 7 E</b>

## 7. Szczegółowy program:

1. Rynek turystyki zdrowotnej – 10 godz.
  - Rynek dóbr i usług turystyki zdrowotnej (Rodzaje i formy turystyki zdrowotnej: turystyka medyczna, w tym turystyka uzdrowiskowa, turystyka wellness. Współczesne trendy i tendencje na rynku turystyki zdrowotnej)
  - Konsument na rynku zdrowia i urody (Zdrowie w ponowoczesnym stylu życia. Pluralizacja stylów życia w społeczeństwie konsumpcyjnym. Koncepcje: wellbeing, hygge, *ikigai* i *lagom*. Popyt na usługi prozdrowotne, wyjazdy zdrowotne i jego uwarunkowania. Wyniki analizy stylów życia jako podstawa do planowania nowego produktu turystyki zdrowotnej. Typologia konsumenta usług turystyki zdrowotnej)
  - Międzynarodowy rynek turystyki zdrowotnej – ze szczególnym uwzględnieniem podaży turystycznej i jej podmiotów w kontekście turystyki zdrowotnej
  - Europa Środkowo-Wschodnia na światowym rynku turystyki zdrowotnej
  - Międzynarodowe i krajowe organizacje, klastry na rzecz turystyki zdrowotnej
  
2. Turystyka w uzdrowiskach – 6 godz.
  - Organizacja działalności (Strefy ochronne. Warunki naturalne. Status uzdrowiska. Stan prawny uzdrowisk polskich w porównaniu z pozostałymi krajami UE. Stowarzyszenia branżowe)
  - Programy rozwoju uzdrowisk polskich (Aktualne problemy rozwoju społeczno-gospodarczego gmin uzdrowiskowych. Program budowy krajowego produktu markowego – turystyka uzdrowiskowa. Profil turysty i kuracjusza w uzdrowiskach polskich. Kierunki prowadzenia polityki turystycznej w miejscu uzdrowiska)
  - Uzdrowiska w Polsce (Model działalności uzdrowisk. Zakłady lecznictwa uzdrowiskowego. Urządzenia lecznictwa uzdrowiskowego)
  - Programy lecznicze oraz zasady łączenia zabiegów balneologicznych i fizykoterapeutycznych (Kinezyterapia, fizykoterapia, masaż leczniczy; Balneologia jako dziedzina wiedzy medycznej. Zabiegi ciepłem i zimnem. Działanie wód mineralnych i borowin)



3. Turystyka wellness – 6 godz.
  - Definicja i cele odnowy biologicznej
  - Ośrodki odnowy biologicznej (Cruise Line SPA, Mobile SPA, Day SPA, Future SPA, Destination SPA, Eco-SPA, Medical-SPA, Resort-SPA)
  - Formy SPA i wellness (Health-care-vacation, Anti-aging-vacation, Wellness-vacation, Beauty-vacation)
  - Planowanie i zasady stosowania odnowy biologicznej (Metody fizykoterapeutyczne: masaż, sauna, wodolecznictwo, elektrolecznictwo; psychologiczne: trening autogenny, ćwiczenia relaksacyjne; biologiczne: substancje energetyczne, hormony, stymulatory; Środki specjalne: terapie tlenowe)
  - Urządzenia SPA i wellness (kapsuła SPA, inhalatory, tężnie, solaria) i zabiegi SPA i wellness (kosmetyczne, masaż i ćwiczenia fizyczne, z kręgu medycyny alternatywnej, pampering)
  - Dietetyka w SPA i wellness
  
4. Turystyka medyczna – 8 godz.
  - Turystyka medyczna w praktyce i nauce – zagadnienia wstępne
  - Uwarunkowania i bariery rozwoju turystyki medycznej
  - Organizacja turystyki medycznej. Stowarzyszenia turystyki medycznej
  - Turysta medyczny i jego potrzeby
  - Usługi turystyczno-medyczne (zakres, cechy i rodzaje)
  - Kontrowersje w turystyce medycznej
  - Centra turystyki medycznej na świecie: konkurencyjność Polski na tle europejskiego rynku turystyki medycznej
  - Ośrodki turystyki medycznej w Polsce
  
5. Strategie i narzędzia marketingowe – 14 godz.
  - Koncepcja marketingu partnerskiego
  - Konstrukcja planu marketingu i etapy procesu planowania
  - Podstawowe strategie marketingowe w układzie produkt-rynek (Produkt i tworzenie wartości dla klienta. Dystrybucja wielokanałowa. Strategie cenowe)
  - Wdrażanie strategii marketingowych i ocena skuteczności działań

- Systematyka nowych mediów (portale systemowe, blogosfery, społecznościowe serwisy informacyjne, networking społecznościowy, fora i strony typu wiki) oraz ich analiza pod kątem obecności segmentów docelowych. Model „Touch & Tech” w turystyce medycznej
  - Podstawy kształtowanie strategii obecności w mediach społecznościowych (MS), przegląd podstawowych błędów, przykłady źle zaprojektowanych akcji promocyjnych i strategii marketingowych
  - Profil społeczno-technograficzny użytkowników NM i jego zastosowanie w marketingu
  - Pojęcie RoE (zwrotu z zaangażowania) – sposoby angażowania społeczności, wykorzystanie efektu eWOM (Word of Mouth) i COBRAs (Consumer’s online brand related activities)
  - Struktura odpowiedzialności za strategię działań w NM (perspektywa przedsiębiorstwa) i kształtowanie polityki obecności w NM
  - Optymalizacja aktywności w mediach społecznościowych i pomiar wartości ruchu
  - Wsparcie kampanii PR i CSR przy pomocy użytkowników NM
  - Narzędzia monitorowania NM i przeciwdziałanie negatywnemu oddziaływaniu na markę
  - Identyfikowanie wartości istotnych dla użytkowników MS. Pozyskiwanie zaangażowania, dostępu do informacji i dzielenia się wiedzą poprzez dostępne narzędzia i techniki (w tym grywalizacja, crowdsourcing)
  - Pozyskiwanie aktywności użytkowników MS dla kształtowania wizerunku marki (m.in. network branding, content marketing, viral, crowdsourcing)
6. Innowacyjny produkt turystyki zdrowotnej – 10 godz.
- Rola produktu turystyki zdrowotnej w strategiach przedsiębiorstwa. Etapy przed rynkowego cyklu rozwoju nowego produktu
  - Produkt w ochronie zdrowia (Istota marketingu usług medycznych: otoczenie marketingowe placówek opieki zdrowotnej. System informacji marketingowej w placówce opieki zdrowotnej. Metody analizy warunków działania na rynku usług medycznych)
  - Komercjalizacja nowego produktu turystyki zdrowotnej

- Cykl życia produktu turystyki zdrowotnej. Analiza oferty produktowej przedsiębiorstwa – metody portfelowe
  - Koncepcja rozwoju produktu turystyki medycznej. Model produktu turystyki medycznej. Projektowanie pakietu usług turystyki zdrowotnej
  - Branding destynacji turystyki medycznej i turystyki wellness (Rola współczesnego marketingu w zarządzaniu i rozwoju terytorialnym. Obszary i narzędzia marketingu miejsc – idea promocji, budowania marki. Tendencje w promocji krajów, regionów i miast. Konkurencyjność destynacji turystyki medycznej – przykłady rankingów i zasad ich tworzenia. Rynek marketingu miejsc w Polsce – podmioty procesu budowania brandingu miejsc (miasta, regionu, kraju). Turystyka zdrowotna elementem promocji miast – przykłady marek miejsc)
7. Rachunkowość zarządcza w przedsiębiorstwie – 6 godz.
- Podstawy rachunkowości finansowej. Sprawozdania finansowe
  - Podstawy analizy finansowej
  - Kalkulacja kosztów – cele i zasady
  - Planowanie finansowe
  - Decyzje cenowe i analiza progu rentowności
  - Ocena efektywności działalności
8. Elementy prawa i ubezpieczenia w turystyce zdrowotnej – 8 godz.
- Regulacje prawne dotyczące turystyki zdrowotnej – ogólna charakterystyka i podział
  - Regulacje UE: Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/24/UE z 9.03.2011 w sprawie stosowania praw pacjentów w transgranicznej opiece zdrowotnej
  - Ustawa o usługach turystycznych jako bariera rozwoju turystyki medycznej
  - Regulacje krajowe dotyczące: (1) podejmowania działalności gospodarczej – świadczenie usług turystyki zdrowotnej w uzdrowiskach i miejscowościach nieposiadających statusu uzdrowiska, (2) regulacje prawne mające na celu ochronę nabywców produktów turystyki zdrowotnej
  - Odpowiedzialność cywilna za szkody spowodowane niewykonaniem lub nienależytym wykonaniem usług turystyki zdrowotnej: (1) organizatora turystyki

zdrowotnej, (2) osób uczestniczących w świadczeniu usług turystyki zdrowotnej (w tym personelu medycznego)

- Zagadnienia wprowadzające – specyficzne rodzaje ryzyk związanych z turystyką zdrowotną
- Europejska Karta Ubezpieczenia Zdrowotnego (EKUZ) – a polisa turystyczna – wady i zalety
- Podstawowe rodzaje umów ubezpieczenia zawieranych przez: nabywców produktów turystyki zdrowotnej, organizatorów turystyki zdrowotnej, wytwórców produktów turystyki zdrowotnej
- Umowa ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej za szkody poniesione przez konsumenta produktów turystyki zdrowotnej: organizatora turystyki zdrowotnej, wytwórcy produktów turystyki zdrowotnej cywilnej za szkody poniesione przez konsumenta produktów turystyki zdrowotnej

#### 9. Elementy zarządzania i negocjacji – 12 godz.

- Pojęcie ryzyka i zarządzania ryzykiem. Obszary występowania ryzyka i czynniki ryzyka w działalności gospodarczej
- Koncepcje pomiaru ryzyka, podstawowe miary ryzyka na rynku turystyki zdrowotnej
- Znaczenie i cel budowy strategii personalnej – strategiczne zarządzanie kapitałem ludzkim organizacji. Analiza misji, wizji i wartości organizacji. Kompetencje pracowników a kompetencje kluczowe i elastyczność organizacji
- Kluczowe dla strategicznego zarządzania kapitałem ludzkim narzędzia i systemy (wartościowanie stanowisk pracy, ocena okresowa pracowników, narzędzia kształtujące jakość kapitału ludzkiego organizacji w zarządzaniu strategicznym)
- Pojęcie jakości i systemów zarządzania jakością. (Definicje jakości. Różnice między zarządzaniem a kontrolą jakości)
- Jakość obsługi a cel funkcjonowania przedsiębiorstwa
- Cechy usług turystyki medycznej – implikacje dla zarządzania jakością i jakości obsługi
- Kryteria oceny jakości obsługi
- Znaczenie personelu liniowego w sektorze usług turystyki medycznej. Kształtowanie jakości oferty: rola pracownika i klienta

- Zagadnienie przywództwa i odpowiedzialności za jakość obsługi
- Negocjacje sprzedażowe (Pojęcie i uwarunkowania negocjacji. Przygotowanie procesu negocjacji, identyfikacja celu, celów alternatywnych i zakresu pola negocjacji. Omówienie wybranych koncepcji i technik negocjacyjnych. Argumentacja, ustępstwa w negocjacjach. Kulturowe aspekty negocjacji)

10. Obsługa ruchu turystycznego – 12 godz.

- Kadry w turystyce: kompetencje i umiejętności
- Usługi transportowe. Usługi noclegowe. Usługi żywieniowe. Usługi ubezpieczeniowe. Usługi informacyjne. Usługi związane z udostępnieniem walorów kulturowych, rekreacyjnych, rozrywkowych i innych
- Usługi rekreacyjne w obiektach hotelarskich
- Producenci usług cząstkowych (ich najważniejsze grupy)
- Rola i miejsce na rynku podmiotów pośredniczo-organizatorskich (biur podróży). Przedmiot działalności biur podróży. Główne typy biur podróży i ich funkcje (touropreator i detaliczny agent podróży)
- Współpraca producentów usług cząstkowych z touropreatorami. Współpraca touropreatorów z detalicznymi agentami podróży. Współpraca producentów usług cząstkowych z detalicznymi agentami podróży. Detaliczny agent podróży a klient zbiorowy. Detaliczny agent podróży a klient indywidualny. Producenci usług cząstkowych a klient zbiorowy. Producenci usług cząstkowych a klient indywidualny. Współpraca pomiędzy touropreatorami
- Zasady programowania, kalkulacji i obsługi imprez turystycznych

11. Animacja czasu wolnego – 6 godz.

- Zjawisko czasu wolnego
- Odpoczynek i zabawa jako funkcje czasu wolnego
- Zagospodarowanie czasu wolnego
- Czas wolny pacjenta – możliwości i wyzwania (rekreacja, aktywna turystyka, kultura), promocja zdrowia – trening zdrowotny

12. Komunikacja interpersonalna – 6 godz.

- Komponenty i modele procesu komunikowania
- Komunikowanie werbalne

- Komunikowanie niewerbalne
- Błędy i bariery komunikacyjne
- Komunikowanie perswazyjne
- Zachowania komunikacyjne w sytuacjach konfliktowych

13. Kulturowe uwarunkowania prowadzenia biznesu – 6 godz.

- Typologie kultur narodowych w pespektywie komunikacyjnej
- Formy kulturowej atrakcyjności destynacji turystyki medycznej
- Rozwój kontaktów międzykulturowych w turystyce zdrowotnej
- Turystyka i komercjalizacja kultury
- Autentyczność kontaktów międzykulturowych w turystyce zdrowotnej
- Komunikowanie międzykulturowe w klinikach świadczących usługi turystyki medycznej

14. Etykieta menedżera – 6 godz.

- Protokół dyplomatyczny a dobre obyczaje
- Powitanie, przedstawianie, tytułowanie
- Przyjmowanie delegacji zagranicznej, podpisywanie porozumień, umów. Organizacja przyjęć i spotkań towarzyskich – zaproszenia, przygotowanie stołu, menu, rozsadzanie gości, ubiór
- Tworzenie menu na przyjęcie biznesowe – kolejność dań, napoje alkoholowe i ich rodzaje, kultura jedzenia
- Korespondencja menedżera – pisma, bilety wizytowe, zaproszenia i inne druki
- Nowoczesne technologie a zasady savoir vivre

15. English in Medical Tourism – 8 godz.

- Modern lifestyle and its health implications
- Active forms of spending free time in health tourism
- How to give advice, advertise your health or leisure centre, present the services on offer and make a booking
- Services offered by medical and rehabilitation centers, leisure, SPA & Wellness as well as fitness centers
- Presenting and recommending a chosen health SPA or leisure centre in Poland

- Medical tourism: terminology, factors influencing it, range of services offered, processes and examples of providers
- How to prepare a meeting or conference in the field of medical tourism? – Practical advice and useful vocabulary workshop
- Formal and informal letter writing – Internal and external correspondence for medical tourists

16. Zajęcia z praktykami – 6 godz.

- Promocja eksportu usług prozdrowotnych w Polsce (przedstawiciel resortu)
- ‘Dental tourism’ – przykład dobrych praktyk (właściciel kliniki dentystycznej)
- Współpraca podmiotów medycznych z otoczeniem turystycznym i hotelarskim (przedstawiciel kliniki)
- Czym zajmuje się pośrednik na rynku turystyki medycznej? (przedstawiciel branży)

17. Organizacja opieki zdrowotnej – 10 godz.

- Ochrona zdrowia, zdrowie publiczne, opieka zdrowotna w Europie
- Klasyczne modele systemów zdrowotnych (Bismarcka, Beveridge’a, rynkowy, Siemaszki). Ewolucja systemów zdrowotnych
- Przegląd systemów opieki zdrowotnej w Unii Europejskiej, Kanadzie i USA. Różnice w systemach opieki zdrowotnej między krajami bogatymi a rozwijającymi się gospodarczo
- Ochrona zdrowia, zdrowie publiczne, opieka zdrowotna wobec wyzwań demograficznych
- System opieki zdrowotnej w Polsce
- Charakterystyka i rejestr podmiotów leczniczych w Polsce
- Organizacja opieki specjalistycznej w Polsce
- Miejsce promocji zdrowia w systemie ochrony zdrowia
- Potrzeby zdrowotne ludzi starszych; opieka geriatryczna. Promocja zdrowia psychicznego; zasady opieki psychiatrycznej
- Transgraniczna opieka zdrowotna w praktyce

18. Środowisko a jakość życia – 6 godz.

- Środowisko przyrodnicze: cechy, elementy składowe, jakość, równowaga ekologiczna
- Człowiek i jego jakość życia a środowisko przyrodnicze (wpływ człowieka, ochrona, zagrożenia wpływ na człowieka, niebezpieczne rośliny i zwierzęta, choroby itp., jakość przyrody a jakość życia)
- Zrównoważony rozwój i edukacja dla zrównoważonego rozwoju
- Środowisko w terapii, np. ziołolecznictwo

19. Certyfikacja i akredytacja placówek opieki zdrowotnej – 6 godz.

- Zagadnienia wprowadzające: istota i znaczenie certyfikacji usług; podstawy prawne certyfikacji usług w UE i Polsce
- Postępowanie certyfikacyjne: regulaminy (kodeksy) certyfikacji, warunki uzyskiwania certyfikatu, wnioski o wydanie certyfikatu, jednostki certyfikujące, certyfikaty i warunki przedłużania ich ważności
- Akredytacja placówek opieki zdrowotnej. Rola Joint Commission International (JCI)
- Certyfikaty Medical Tourism Association, Polskiego Stowarzyszenia Turystyki Medycznej
- Certyfikacja obiektów SPA & Wellness – rodzaje certyfikatów i zasady ich uzyskiwania
- Certyfikacja produktów – rodzaje i zasady uzyskiwania certyfikatów (Profesjonalne zabiegi SPA)

20. Medycyna podróży – 8 godz.

- Aktualne zagrożenia zdrowotne towarzyszące podróżom międzynarodowym oraz epidemie nowo pojawiających się chorób infekcyjnych na świecie
- Zagrożenia związane z leczeniem poza stałym miejscem zamieszkania
- Profilaktyka chorób zakaźnych i innych zagrożeń związanych z podróżowaniem. Mobilny pacjent z wybranymi przewlekłymi schorzeniami (cukrzyca, nadciśnienie, zakażenie HIV)
- Przygotowanie pacjenta do podróży, opracowanie indywidualnej apteczki pacjenta–turysty medycznego i osoby mu towarzyszącej



- Wybrane choroby tropikalne: malaria, pełzakowica, schistosomozy, trypanosomozy, filariozy, gorączki krwotoczne w destynacjach turystyki medycznej
- Indywidualny kalendarz szczepień, niepożądane odczyny poszczepienne

21. Konsultacje, promotorstwo – 6 godz.

Treści konsultacji dotyczą ściśle określonej problematyki związanej z obsługą i organizacją turystyki medycznej. Są to zagadnienia indywidualne dla każdej pracy podyplomowej i mogą obejmować takie tematy jak:

- Współczesne tendencje na rynku turystyki zdrowotnej
- Społeczno-demograficzne, ekonomiczne, kulturowe i prawne uwarunkowania funkcjonowania biznesu w obszarze turystyki medycznej, zdrowia i urody
- Marketing w organizacji i działalności przedsiębiorstw obsługujących pacjentów–turystów medycznych
- Promocja usług i produktów z zakresu turystyki medycznej
- Transkulturowość jako wyzwanie w obsłudze pacjentów–turystów medycznych
- Opieka zdrowotna w gospodarce turystycznej etc.

**8. Wykładowcy:** [nr przedmiotu zgodnie z programem]

**a. nauczyciele akademicy AWF w Poznaniu:**

**b. eksperci krajowi:**

dr Jolanta Rab-Przybyłowicz (Polskie Stowarzyszenie Turystyki Medycznej) [6, 19]

lek. med. Magdalena Rutkowska (Medical Travel Partner) [16]

**c. praktycy:**

[16]

Program opracował: dr Adrian Lubowiecki-Vikuk

Konsultacje merytoryczne:

- dr hab. Beata Pluta, prof. nadzw. – dziekan Wydziału Turystyki i Rekreacji – AWF Poznań

- dr Aleksandra Machnik – instruktor w Zakładzie Geoekologii Turystyki i Rekreacji,  
Wydział Turystyki i Rekreacji – AWF Poznań
- dr Jolanta Rab-Przybyłowicz – ekspert ds. produktu turystyki medycznej w Polskim  
Stowarzyszeniu Turystyki Medycznej
- mgr Joanna Strojna – kierownik Centrum Doskonalenia Kadr i Szkolenia