

Załącznik nr 1

do Zarządzenia nr 225/2026

z dnia 06.10.2026 r.

Program Kursu

„ Marketing i promocja w ochronie zdrowia”

Czas trwania: 8 godzin dydaktycznych

Zakres tematyczny:

1. Wprowadzenie do marketingu medycznego:

- 1) specyfika promocji w ochronie zdrowia,
- 2) co wolno, a czego nie wolno – regulacje prawne (ustawa o działalności leczniczej, zakaz reklamy świadczeń zdrowotnych, RODO, etyka komunikacji),
- 3) marketing informacyjny vs reklama – granice, przykłady, bezpieczne formy promocji,
- 4) marketing tradycyjny czy internetowy – czyli co warto wykorzystać w dotarciu do Pacjenta,
- 5) narzędzia AI wspierające marketing branży medycznej.

2. Budowanie wizerunku i zaufania pacjentów:

- 1) jak tworzyć wiarygodność w branży medycznej,
- 2) rola opinii pacjentów i ich zgodne z prawem pozyskiwanie,
- 3) transparentna komunikacja – jak ją prowadzić,
- 4) elementy wizerunku placówki: jakość informacji, dostępność, język, profesjonalizm,
- 5) edukacja pacjenta jako fundament działań online,
- 6) rodzaje treści, które budują zaufanie.

3. Strona internetowa placówki:

- 1) jak powinna wyglądać profesjonalna strona medyczna,
- 2) dostosowanie dla osób 60+ UX, mobile first,
- 3) najczęstsze błędy stron medycznych,
- 4) wizytówka Google Profil Firmy.

4. Social Media w ochronie zdrowia:

- 1) które platformy mają sens dla placówki? (Facebook, Instagram, LinkedIn),
- 2) rodzaje treści, które można publikować zgodnie z prawem,
- 3) edukacja pacjenta jako forma marketingu informacyjnego,
- 4) narzędzia do tworzenia grafik i harmonogramów publikacji.

Z upoważnienia Rektora

Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach

Prorektor ds. Rozwoju i Transferu Technologii

prof. dr hab. n. med. Edward Wylęgała