



СИЛАБУС
навчальної дисципліни

«ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ»

Галузь знань	22 Охорона здоров'я
Спеціальність	226 Фармація, промислова фармація
Освітньо-професійна програма	Фармація
Освітній ступінь	Бакалавр
Статус дисципліни	Нормативна Навчальний план 2022 р.
Група	ІІ ФМ-21
Мова викладання	Українська
Кафедра, за якою закріплена дисципліна	Фармації
Викладач курсу	Кандидат фармацевтичних наук Чухрай Ірина Любомирівна
Контактна інформація викладача	chukhrai.i@lma.edu.ua Viber +380974087420
Сторінка курсу в moodle	https://vl.lma.edu.ua/course/view.php?id=405
Консультації	Відповідно до розкладу консультацій. Можливі онлайн консультації через ZOOM, Meet. Для погодження часу онлайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або дзвонити.
Опис навчальної дисципліни	Кількість кредитів – 3,0 Загальна кількість годин – 90 Модулів – 1 Рік підготовки – 3 Семестр – VI Лекції – 12 год Практичні заняття – 28 год Самостійна робота – 50 год
Коротка анотація курсу	Дисципліна «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг» є обов'язковою дисципліною зі спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація». Навчальну дисципліну розроблено таким чином, щоб надати здобувачам вищої освіти необхідні знання для роботи в фармацевтичних закладах. Предметом вивчення навчальної дисципліни є основні закономірності, принципи формування, функціонування та розвитку системи управління фармацевтичною організацією, а також маркетингова філософія та методи господарювання в умовах конкуренції.
Мета та цілі курсу	Метою вивчення вибіркової дисципліни «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг» є закласти основи вивчення студентами основ менеджменту та маркетингу у фармації, що створить умови формування умінь, застосування знань з менеджменту та маркетингу в процесі подальшого навчання і в професійній діяльності.

<p>Згідно з вимогами освітньої програми студенти повинні знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> – предмет, завдання і зміст дисципліни; – сучасні інформаційні і комунікаційні технології; – теоретико-методологічні засади менеджменту організацій; – вплив зовнішнього та внутрішнього середовища організації на ефективність діяльності підприємства; – особливості діяльності аптечних установ у сучасних умовах; – методи та прийоми управління; – економічну сутність, роль в економіці, характеристики і типи організацій; – особливості підприємницької діяльності у фармацевтичній галузі; – функції управління; – особливості мотивації працівників аптечних установ; – види конфліктів та шляхи їх подолання; – суттєві принципи маркетингу; – методи вивчення ринку; – особливості фармацевтичного ринку; – особливості реклами лікарських засобів; – основи мерчандайзингу. <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> – використовувати знання нормативних та законодавчих актів у професійній діяльності; – користуватися принципами етики та деонтології при здійсненні професійних обов'язків; – аналізувати чинники динамічного бізнес-середовища організації; – приймати управлінські рішення; – оцінювати ефективність розвитку організацій; – застосовувати сучасні технології управління організаційними процесами і організаційною поведінкою персоналу; – використовувати знання основ психології в міжособистісному спілкуванні та в роботі з відвідувачами аптеки; – здійснювати організаційно-управлінську діяльність аптечними закладами та їх структурними підрозділами; – проводити дослідження у практичній професійній діяльності на відповідному рівні; – здійснювати фармацевтичну допомогу на засадах соціально-етичного маркетингу.
--

Програмні результати навчання

<p>ПРН 2. Проектувати майбутню професійну діяльність з урахуванням її значущості для здоров'я людини та напрямків розвитку фармації.</p> <p>ПРН 3. Брати участь у встановленні ділових комунікацій, використанні інформаційно-комунікативних технологій та професійної лексики у повсякденній діяльності.</p> <p>ПРН 5. Обирати оптимальні методи та способи розв'язування складних та спеціалізованих задач, відшукуючи шляхи вирішення проблемних ситуацій у професійній діяльності.</p> <p>ПРН 6. Встановлювати контакти з іншими людьми з метою налагодження взаєморозуміння між учасниками професійної діяльності та досягнення діалогу і результату спілкування.</p> <p>ПРН 7. Діяти компетентно у відповідності до етичних принципів з усвідомленням соціальних наслідків своєї професійної діяльності. ПРН 8. Відповідати вимогам постійного професійного розвитку для покращення поточної та майбутньої діяльності.</p> <p>ПРН 9. Оволодівати певною роллю при входженні в нову ситуацію оточуючого середовища, розуміючи елементи виробничої та соціальної адаптації.</p> <p>ПРН 10. Застосовувати в процесі професійної діяльності всі наявні стандартні</p>

	<p>процедури з дотриманням чинних нормативних вимог з метою завчасного забезпечення якості виробленої продукції, наданої послуги, виконаної роботи тощо.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати знання вимог законодавчих та нормативних актів, належних фармацевтичних практик у професійній діяльності. ПРН 13. Імплементувати принципи фармацевтичної етики та деонтології у професійну діяльність.</p> <p>ПРН 18. Виявляти потреби, запити та психологічні особливості споживачів фармацевтичних послуг.</p> <p>ПРН 21. Проводити розрахунки зі споживачами лікарських засобів відповідно до вимог законодавчих актів України.</p> <p>ПРН 27. Проводити дослідження різних процесів фармацевтичної діяльності, складність яких відповідає певному рівню виконуваних функцій.</p> <p>ПРН 28. Розуміти і реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності вільного демократичного суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p>
--	---

Політика курсу	<p>Дотримання принципів академічної доброчесності Не толеруються жодні форми порушення академічної доброчесності. Очікується, що роботи студентів будуть самостійними, їх власними оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їх індивідуальних потреб і можливостей. Під час виконання письмових контрольних робіт, модульних контрольних, тестування, підготовки до відповіді на екзамені користування зовнішніми джерелами заборонено. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем.</p> <p>Дотримання принципів та норм етики і професійної деонтології Під час занять здобувачі освіти діють із позицій академічної доброчесності, професійної етики та деонтології, дотримуються правил внутрішнього розпорядку Академії. Ведуть себе толерантно, доброзичливо та виважено у спілкуванні між собою та викладачами. Під час воєнного стану дотримуватися правил безпеки життєдіяльності, алгоритму дій під час сигналу "повітряної тривоги".</p> <p>Відвідування занять Студенти повинні відвідувати усі лекції, практичні заняття курсу та інформувати викладача про неможливість відвідати заняття.</p> <p>Політика дедлайну Студенти зобов'язані дотримуватися термінів, передбачених курсом і визначених для виконання усіх видів робіт.</p> <p>Порядок відпрацювання пропущених занять Відпрацювання пропущених занять без поважної причини відбувається згідно з графіком відпрацювань та консультацій. Відпрацювання пропущених занять з поважної причини може проводитися також у будь який зручний час для викладача.</p> <p>Перескладання підсумкової оцінки з метою її підвищення не допускається, окрім ситуацій передбачених нормативними документами Академії, або неявки на підсумковий контроль з поважної причини.</p>
-----------------------	---

Структура курсу

ТЕМИ ЛЕКЦІЙ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Теоретичні основи менеджменту. Організації як об'єкти управління	2
2	Функції та методи управління. Сполучні процеси управління	2

3	Управління трудовими відносинами в фармацевтичних підприємствах	2
4	Загальні положення фармацевтичного маркетингу. Вивчення фармацевтичного ринку	2
5	Товар у системі маркетингу. Цінова політика фармацевтичних підприємств	2
6	Збутова діяльність у системі фармацевтичного маркетингу. Просування лікарських засобів	2
	Разом:	12

ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Теоретичні основи менеджменту. Організації як об'єкти управління	4
2	Функції та методи управління. Сполучні процеси управління	4
3	Управління трудовими відносинами в фармацевтичних підприємствах	4
4	Загальні положення фармацевтичного маркетингу. Вивчення фармацевтичного ринку	4
5	Товар у системі маркетингу. Цінова політика фармацевтичних підприємств	4
6	Збутова діяльність у системі фармацевтичного маркетингу. Просування лікарських засобів	4
7	Модульний контроль 1. Фармацевтичний менеджмент та маркетинг	4
	Разом:	28

7. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Тема	Кількість годин
1.	Порівняльна характеристика зарубіжних моделей управління персоналом (мультимедійна презентація)	4
2.	Мотивація праці у спадщині М. Туган-Барановського (мультимедійна презентація)	4
3.	Моральне та матеріальне стимулювання як основа процесійних теорій мотивування (мультимедійна презентація)	4
4.	Охорона праці жінок в Україні (мультимедійна презентація)	4
5.	Соціальні програми аптек та їх характеристика (мультимедійна презентація)	4
6.	Невербальні комунікації у менеджменті (мультимедійна презентація)	4
7.	Перепони на шляху міжособистісних та організаційних комунікацій (мультимедійна презентація)	4
8.	Соціальна відповідальність фармацевтичного бізнесу (мультимедійна презентація)	4
9.	Поняття бренду і брендингу у фармацевтичній галузі (мультимедійна презентація)	4
10.	Особливості формування торгової назви лікарського засобу (мультимедійна презентація)	4
11.	Вимоги до реклами лікарських засобів та реклама фармбрендів в Україні (мультимедійна презентація)	4
12.	Особливості мерчандайзингу в аптечних закладах (мультимедійна презентація)	4
13.	Основні засади роботи представників фармацевтичних фірм (мультимедійна презентація)	2
	Разом	50

Література для вивчення дисципліни

Основна (базова):

1. Основи менеджменту: Конспект лекцій: навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми

«Менеджмент і бізнес-адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021. 166 с. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/41193/1/Managment.pdf>.

2. Страпчук С.І., Миколенко О.П., Попова І.А., Пустова В.В. Менеджмент: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти. Львів: Видавництво «Новий Світ – 2000», 2020. 356 с. URL: https://www.researchgate.net/publication/351117819_Menedzment_Navcalnij_posibnik_dla_zdobuvaciv_visoi_osviti_Strapcuk_S_I_Mikolenko_O_P_Popova_I_A_Pustova_V_V_Lviv_Vidavnictvo_Novij_Svit_-_2000_2020_356_s.
3. Менеджмент та маркетинг у фармації: навчально-методичний посібник. Уклад. О.Г. Чирва, О. В. Гарматюк; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини Умань : Візаві, 2018. 217 с. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/9704/1/%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%20%D1%82%D0%B0%20%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%20%D1%83%20%D1%84%D0%B0%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97-converted.pdf>.
4. Демченко В.О., Ткаченко Н.О., Червоненко Н.М., Зарічна Т.П. Менеджмент у фармації. Модуль 1. : посібник до практичних занять для студентів фармацевтичних факультетів ; за ред.. Є Г. Книша. Запоріжжя : ЗДМУ, 2017. 194 с. URL: http://dspace.zsmu.edu.ua/bitstream/123456789/6643/1/%D0%9C%D0%9C%D0%A4_%D0%9C%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BB__1_%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BDi_%28%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%29_2016-2017.pdf.
5. Демченко В.О., Ткаченко Н.О., Червоненко Н.М., Зарічна Т.П. Менеджмент та маркетинг у фармації. Модуль 2. Маркетинг у фармації : посібник для виконання самостійної роботи студентами І-фармацевтичного факультету /. Запоріжжя: ЗДМУ, 2016. 106 с. URL: <http://dspace.zsmu.edu.ua/bitstream/123456789/6617/1/%D0%9C%D0%9C%D0%A4%20%D0%9C%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BB%D1%8C%20%20%D1%81%D0%B0%D0%BC%D1%80%D0%BE%D0%B1%20%28%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%29%202016-2017.pdf>.

Додаткова:

1. Громовик Б.П., Гасюк Г.Д., Левицька О.Р. Менеджмент і маркетинг у фармації; за ред. проф. Б.П. Громовика. К.: Медицина, 2008. 752 с.
2. Громовик Б.П., Гасюк Г.Д., Левицька О.Р. Фармацевтичний маркетинг: теоретичні та прикладні засади. Вінниця: Нова книга, 2004. 464 с.
3. Громовик Б.П., Гасюк Г.Д., Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Фармацевтичний маркетинг: Навчальний посібник; Збірник вправ; за ред. Л.А. Мороз. Львів: Наутілус, 2000. 320 с.
4. Дмитренко Л.А., Завадська Н.П., Косяченко Н.М. Менеджмент і маркетинг у фармації: навч. посіб.К.: Медицина, 2010. 44 с.

Інформаційні ресурси:

1. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>
2. Нормативно-директивні документи МОЗ України. URL: <http://mozdocs.kiev.ua/>
3. Державний реєстр лікарських засобів України. URL: <http://www.drlz.com.ua/ibp/ddsite.nsf/all/shlist?opendocument>
4. Compendium online. URL: <https://compendium.com.ua/bad/>
5. Щотижневик Аптека. URL: <https://www.apteka.ua/>
6. Пошукова база ліків. URL: <https://tabletki.ua/uk/>
7. Пошукова база ліків. URL: <http://likicontrol.com.ua/>

<p>підсумковий контроль</p>	<p>обов'язковим виставленням оцінки. Засоби діагностики успішності навчання самоконтроль, поточний контроль, тестовий контроль, програмований контроль, модульний контроль, залік. Підсумковий контроль проводиться у вигляді диференційованого заліку.</p>																																																								
<p>Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу</p>	<p>Лекції, практичні заняття, розв'язування задач, індивідуальні завдання. У разі роботи в дистанційному режимі використовуватиметься віртуальне навчальне середовище MOODLE. Лекції та семінарські заняття будуть вестися за допомогою програм електронної комунікації Zoom, Meet чи аналогічних. Поточна комунікація з викладачем буде здійснюватися в соціальних мережах Viber, WhatsApp (за вибором академічної групи).</p>																																																								
<p>Необхідне обладнання</p>	<p>У звичайному режимі навчання вивчення курсу передбачає приєднання кожного студента до навчального середовища MOODLE. У режимі дистанційного навчання вивчення курсу додатково передбачає приєднання кожного студента до програм ZOOM, або Google Meet (для занять у режимі відеоконференцій). У цьому випадку студент має самостійно потурбуватися про якість доступу до Інтернету.</p>																																																								
<p>Критерії оцінювання</p>	<p style="text-align: center;">Схема нарахування та розподіл балів</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <th colspan="6">Поточне оцінювання, МК та самостійна робота</th> <th rowspan="3">СМО</th> <th rowspan="3">ПМО</th> <th rowspan="3">ECTS</th> <th rowspan="3">За національною шкалою</th> </tr> <tr> <th colspan="6">Модуль 1</th> </tr> <tr> <th>T1</th> <th>T2</th> <th>Tn</th> <th>САП</th> <th>МК 1</th> <th>МО</th> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table> <p>T₁ – T_n – теми занять до модульного контролю 1; САП – середнє арифметичне усіх позитивних оцінок в національній шкалі, яке переводиться у 100 – бальну шкалу; МК модульний контроль; МО (модульна оцінка) – середнє арифметичне САП та МК; СМО (семестрова модульна оцінка) – це середньоарифметична МО; ПМО (підсумкова модульна оцінка) – виставляється в кінці вивчення дисципліни за 100 – бальною, національною шкалою та ECTS.</p> <p style="text-align: center;">Шкала оцінювання: національна та ECTS</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>За 100-бальною шкалою</th> <th>За національною шкалою</th> <th>За шкалою ECTS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>90-100</td> <td>відмінно</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>0-89</td> <td>добре</td> <td>B</td> </tr> <tr> <td>70-79</td> <td>добре</td> <td>C</td> </tr> <tr> <td>60-69</td> <td>задовільно</td> <td>D</td> </tr> <tr> <td>51-59</td> <td>задовільно</td> <td>E</td> </tr> <tr> <td>35-50</td> <td>незадовільно з можливістю повторного складання</td> <td>FX</td> </tr> <tr> <td>0-34</td> <td>незадовільно з обов'язковим повторним курсом вивчення дисципліни за зазначений семестр</td> <td>F</td> </tr> </tbody> </table>	Поточне оцінювання, МК та самостійна робота						СМО	ПМО	ECTS	За національною шкалою	Модуль 1						T1	T2	Tn	САП	МК 1	МО											За 100-бальною шкалою	За національною шкалою	За шкалою ECTS	90-100	відмінно	A	0-89	добре	B	70-79	добре	C	60-69	задовільно	D	51-59	задовільно	E	35-50	незадовільно з можливістю повторного складання	FX	0-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом вивчення дисципліни за зазначений семестр	F
Поточне оцінювання, МК та самостійна робота						СМО	ПМО					ECTS	За національною шкалою																																												
Модуль 1																																																									
T1	T2	Tn	САП	МК 1	МО																																																				
За 100-бальною шкалою	За національною шкалою	За шкалою ECTS																																																							
90-100	відмінно	A																																																							
0-89	добре	B																																																							
70-79	добре	C																																																							
60-69	задовільно	D																																																							
51-59	задовільно	E																																																							
35-50	незадовільно з можливістю повторного складання	FX																																																							
0-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом вивчення дисципліни за зазначений семестр	F																																																							
<p>Питання до підсумкового контролю</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття “менеджмент”. Еволюція управлінських теорій. 2. Суть управління. Принципи управління. 3. Організаційна структура управління фармацевтичною службою в Україні. 4. Ринкові структури управління. 5. Рівні управління. 6. Поняття “організація”. Особливості управління організаціями в фармацевтичній галузі. 7. Внутрішні змінні організації. 8. Значення зовнішнього середовища організацій. 9. Складові успішної діяльності аптек. 10. Загальні функції управління, їх характеристика. 11. Основні методи управління. 12. Соціально-психологічні стилі управління. 																																																								

13. Поняття, види, організаційні форми, принципи підприємницької діяльності.
14. Державне регулювання підприємницької діяльності у фармації.
15. Соціальна відповідальність, етика бізнесу.
16. Фармацевтична етика та деонтологія.
17. Регулювання трудових стосунків за ринкових умов.
18. Підготовка фармацевтичних кадрів в Україні.
19. Трудові права та обов'язки працівників.
20. Колективний договір, його зміст та значення.
21. Трудовий договір: зміст, порядок укладання.
22. Робочий час та час відпочинку працівників аптек, порядок надання відпусток.
23. Особливості праці жінок та підлітків.
24. Визначення маркетингу, його складові, принципи.
25. Суть та значення маркетингових досліджень.
26. Характеристика фармацевтичного ринку України.
27. Ємність товарного ринку, її визначення.
28. Сегментація ринку. Особливості споживання лікарських засобів.
29. Поняття "товар". Класифікація фармацевтичних товарів.
30. Визначення та характеристика життєвого циклу товару.
31. Споживча цінність, якість, конкурентоспроможність лікарських засобів як товару.
32. Канали та системи збуту фармацевтичної продукції.
33. Характеристика оптових посередників.
34. Порівняльна характеристика функцій та форм оптової та роздрібної торгівлі лікарськими засобами.
35. Поняття "ціна товару". Функції. Класифікація цін.
36. Структура цін, системи та методи ціноутворення.
37. Методи стимулювання збуту фармацевтичної продукції.

Опитування

Анкету з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу