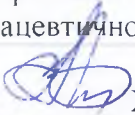






Міністерство охорони здоров'я України
Донецький національний медичний університет
Факультет фармацевтичний
Кафедра фармації та фармакології



**ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ
СИЛАБУС**

Галузь знань	22 Охорона здоров'я
Спеціальність	226 «Фармація, промислова фармація»
Освітня програма	«Фармація»
Освітній рівень	Магістр
Статус дисципліни	Обов'язкова
Розробник/и	Олександр Іванович Гуторов, декан фармацевтичного факультету, канд.фарм.наук, доцент.
Затвердження	рішенням кафедри, протокол № 2 від 1.09.2021р. вченою радою фармацевтичного факультету, протокол №1 від 15.11.2021р
Візування	Завідувач кафедри,  Хоменко В.М. Гарант ОП,  Хоменко В.М. Декан факультету,  Гуторов О.І.



ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

Рік навчання та навчальний семестр: очна – 4, 5 рік навчання, 8, 9 семестр; заочна – 4 рік навчання, 8 семестр.

Загальне навантаження: 7 кредити ECTS.

Аудиторне навантаження: очна - 105 годин, заочна – 26 годин.

Самостійна робота здобувачів: очна - 105 годин, заочна – 184 годин.

Форми підсумкового контролю: залік, ПК

Мова викладання: українська.

Інформація про викладача

Олександр Іванович Гуторов, декан фармацевтичного факультету, канд.фарм.наук, доцент.

Катерина Олександрівна Царьова, канд.фарм.наук, асистент кафедри фармації та фармакології.

Інструменти комунікації

З усіма питаннями, зауваженнями та пропозиціями, стосовно викладання та вивчення дисципліни, просимо надсилати листи на наступну електронну пошту: k.o.tsarova@dnmu.edu.ua та/ або o.i.gutorov@dnmu.edu.ua.

Призначення навчальної дисципліни

Фармацевтичний менеджмент і маркетинг призначений для формування знань з теоретичних основ маркетингу, що дозволить фахівцям стимулювати збут товарів і послуг, вивчати, формувати і прогнозувати попит, розробляти і аналізувати збутову і цінову політику організацій.

Мета та завдання

Основна мета - сформувати у студентів знання щодо базових категорій менеджменту та маркетингу, забезпечити майбутнім спеціалістам можливість якісного виконання функціональних обов'язків, підприємницької діяльності в умовах ринку, а також здійснення загального та маркетингового управління фармацевтичними підприємствами, оптовими фірмами та аптеками з різними формами господарювання.

Завданнями дисципліни є – вивчення теоретичних понять, категорій, систем, інструментарію, алгоритмів та тенденцій сучасного управління і маркетингової діяльності в ринкових умовах з адаптацією до специфіки діяльності фармацевтичних та аптечних підприємств і закладів.

Компетентності та очікувані результати навчання

Інтегральна компетентність:

Здатність вирішувати стандартні та нестандартні спеціалізовані завдання та прикладні галузеві фармацевтичні проблеми діяльності, використовуючи положення, теорії та методи фундаментальних біологічних, хімічних, медичних, технологічних, біофармацевтичних, соціальних та економічних наук; поєднувати знання та розв'язувати складні питання, формулювати ідеї за недостатньої або обмеженої інформації; ясно і недвозначно доносити свої висновки та знання, розумно їх обґрунтовувати для фахових та не фахових слухачів.

Загальні компетенції:

ЗК 1. Здатність до соціальної відповідальності та громадянсько свідомої діяльності.

ЗК 3. Здатність до академічного мислення, аналізу та синтезу інформацію, безперервного навчання сучасному.

ЗК 4. Здатність до розуміння дисциплінарного діапазону знань та фахової діяльності.

ЗК 7. Здатність користуватися інформаційно-комунікаційними різноманітними технологіями.

ЗК 9. Здатність виявляти запов'язливість та кмітливість..

ЗК 10. Здатність обирати стратегії та тактики спілкування, до командної роботи, в тому числі фахівцями інших галузей знань та видів економічної діяльності.

ЗК 11. Здатність забезпечити та оцінити за якісними показниками виконані роботи.

ЗК 12. Здатність втілювати знання на практиці, приймати рішення та судження, що обґрунтовані системою знань.

Фахові компетенції:

ФК 1. Здатність впливати на громадське здоров'я шляхом надання роз'яснень із дотримання



ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

санітарно-гігієнічних норм задля профілактики поширення різних за етіологією та патогенезом захворювань, а також з метою своєчасного виявлення хвороб та сумлінного ставлення до лікування цих захворювань відповідно до підходів доказової медицини.

ФК 8. Здатність організувати діяльність аптечного закладу із забезпечення населення, закладів охорони здоров'я, підприємств установ та організацій лікарськими засобами та іншими товарами аптечного асортименту з впровадженням відповідних систем звітності й обліку (управлінського, статистичного, бухгалтерського та фінансового) відповідно до вимог чинного законодавства, положень Належної аптечної практики (GPP) та здійснювати товарознавчий аналіз та вести адміністративне діловодство.

ФК 10. Здатність планувати, організувати, мотивувати, контролювати процеси та трудові людські відносини у професійній діяльності фармртейлу, дистриб'юторських, виробничих підприємств та інших фармацевтичних організацій, аргументувати принципи HR-менеджменту й самоменеджменту, демонструвати навички лідерства.

ФК 11. Здатність аналізувати соціально-економічні процеси у фармації, стан надання фармацевтичної допомоги та фармацевтичних послуг населенню, враховуючи морально-етичні, правові, економічні та соціальні показники за умов медичного страхування та відшкодування вартості лікарських засобів у національній та міжнародній практиці.

ФК 13. Здатність проявляти та використовувати на практиці комунікаційні навички, провідні принципи фармацевтичної етики та деонтології, засновані на моральних зобов'язаннях та цінностях, етичних нормах фармацевтичної поведінки та відповідальності, що засновані на засадах Етичного кодексу фармацевтичних працівників України і біоетичних керівництв ВООЗ.

ФК 17. Здатність реалізовувати маркетингове управління асортиментною, товарною, інноваційною, ціною, збутовою та комунікативною політиками суб'єктів фармацевтичної діяльності на основі результатів маркетингових досліджень та пост маркетингових досліджень з урахуванням процесів на українському і міжнародному ринках, керувати ризиками що стосуються фармацевтичного забезпечення.

Результати навчання	Методи викладання	Форми оцінювання
ПРН 2. Застосовувати загальні та фахові знання з освітніх компонентів при роботі у фармацевтичних установах.	Стимулюючий метод, проблемного викладу.	Самоконтроль.
ПРН 5. Ефективно втілювати професійні та індивідуальні якості на фармацевтичному ринку праці, з урахуванням суспільних, виробничих і економічних інтересів.	Дискусійний метод, робота у групах; обговорення.	Колегіальне оцінювання.
ПРН 6. Приймати рішення і надавати фахову інформацію аргументовано, нести відповідальність за них у типових і нетипових професійних ситуаціях; дотримуватися принципів фармацевтичної та медичної етики та деонтології.	Інструктаж, обговорення, ситуаційне моделювання.	Опитування.
ПРН 7. Впроваджувати у професійну діяльність творчі методики та підходи соціальної взаємодії.	Стимулюючий метод, проблемного викладу.	Самоконтроль.
ПРН 9. Використовувати інформаційні технології у професійній діяльності з використанням електронно-обчислювальної техніки. із	Пояснювально-ілюстративний метод (лекція), практичні роботи.	Вирішення практичних завдань.



ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

застосуванням автоматизації документообігу, комунікацій, управління технологією виробництва та доступу до фахової інформації, бухгалтерського обліку і планування, банківських операцій, автоматизованих робочих місць та систем прийняття рішень.		
ПРН 10. Дотримуватися ввічливого спілкування при професійній взаємодії з колегами, адміністрацією, посадовими особами, споживачами, злагоджено працювати у команді.	Ситуаційне моделювання	Колегіальне оцінювання
ПРН 11. Користуватися методами оцінювання показників якості діяльності; виявляти невикористані можливості задля підвищення ефективності праці.	Пояснювально-ілюстративний метод (лекція), практичні роботи.	Вирішення практичних завдань
ПРН 12. Проводити аналіз інформації, отриманої за результатами наукових досліджень, критично осмислювати, узагальнювати, систематизувати та практично адаптовувати до професійної діяльності.	Пояснювально-ілюстративний метод (лекція), дискусійний метод; практичні роботи.	Опитування, вирішення тестових завдань, вирішення практичних завдань.
ПРН 20. Залучати фахівців до комплексу проведення організаційно-управлінських заходів, здійснювати всі види адміністративного діловодства, товарознавчого аналізу під час забезпечення населення та закладів охорони здоров'я лікарськими засобами та іншими товарами аптечного асортименту.	Дискусійний метод; обговорення, консультації.	Опитування
ПРН 21. Обчислювати та аналізувати основні показники економічної діяльності аптечних закладів, а також податки та збори. Формувати оптово-відпускні, закупівельні та роздрібні ціни на лікарські засоби та інші товари аптечного асортименту, проводити моніторинг змін цін та тарифів.	Евристичний та науковий метод.	Вирішення практичних завдань.
ПРН 22 Керувати фармацевтичними організаціями, приймати управлінські рішення.	Пояснювально-ілюстративний метод (лекція); мультимедійні	Опитування, вирішення тестових завдань, вирішення практичних завдань, перевірка



ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

які ґрунтуються на лідерських та комунікативних здібностях з використанням функцій менеджменту.	презентації; дискусійний метод; практичні роботи; робота у групах; обговорення.	і оцінка самостійних робіт.
ПРН 23. Враховувати особливості соціально-економічних процесів фармацевтичного забезпечення населення у вітчизняній та світовій практиці, визначати ефективність, безпечність та доступність фармацевтичної допомоги.	Пояснювально-ілюстративний метод (лекція); мультимедійні презентації; дискусійний метод; практичні роботи; робота у групах; обговорення.	Опитування, вирішення тестових завдань, вирішення практичних завдань, перевірка і оцінка самостійних робіт, оцінка письмових робіт.
ПРН 24. Дотримуватися чинного законодавства та проводити моніторинг його змін, рекомендацій чинних належних практик та стандартів при провадженні професійної діяльності.	Пояснювально-ілюстративний метод (лекція), опрацювання рекомендованих джерел.	Перевірка і оцінювання самостійних робіт, оцінка письмових робіт.
ПРН 25. Сприяти здоровому способу життя, сумлінно ставитися до професійних обов'язків при профілактиці захворювань, призначенні та відпуску лікарських засобів. Дотримуватися норм законодавства щодо просування та реклами лікарських засобів. Володіти навичками здорового спілкування для досягнення взаєморозуміння та довіри з колегами, лікарями, пацієнтами, споживачами.	Інструктаж, пояснювально-ілюстративний метод (лекція), обговорення.	Опитування, вирішення тестових завдань, оцінка письмових робіт.
ПРН 29. Забезпечувати ефективний розвиток фармацевтичних установ та конкурентоспроможність фармацевтичного продукту на основі результатів дослідницької роботи за усіма елементами комплексу маркетингу.	Пояснювально-ілюстративний метод (лекція); мультимедійні презентації; дискусійний метод; практичні роботи; робота у групах; обговорення.	Опитування, вирішення тестових завдань, вирішення практичних завдань, перевірка і оцінка самостійних робіт

Політика навчальної дисципліни:

- Відвідувати аудиторні заняття вчасно та бути присутніми протягом всього терміну їх проведення. (можлива індивідуальна освітня траєкторія здобувача).
- Діяти у навчальних ситуаціях із позицій академічної доброчесності та професійної етики; давати моральну оцінку власним вчинкам, співвідносити їх із моральними та професійними нормами.



ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

- Самостійно виконувати навчальні завдання та коректно покликатися на джерела інформації у разі запозичення ідей, тверджень.
- Самостійно виконувати контрольні завдання та не використовувати джерела інформації, не зазначені викладачем.

Зміст навчання.

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	денна форма					
	Усього (очна/заочна)	у тому числі				
Л (очна/заочна)		сем	лаб	п.з (очна/заочна)	с.р. (очна/заочна)	
1	2	3	4	5	6	7
Модуль 1. Менеджмент у фармації. Маркетинг як інтегративна функція менеджменту						
Змістовий модуль 1. Менеджмент як наука та практика управління організацією						
Тема 1. Теоретичні основи менеджменту у фармації.	10/9	1/-	-	-	28/2	5/7
Тема 2. Організації фармацевтичної системи як об'єкти управління. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації	10/6	1/1	-	-		4/5
Тема 3. Менеджмент та успішне управління. Влада. Лідерство.	10/4	1/-	-	-		5/4
Тема 4. Функції управління.	8/4	1/-	-	-		4/4
Тема 5. Управління процесом прийняття рішень.	8/8	1/-	-	-		4/8
Тема 6. Комунікативні процеси в управлінні. Організаційні комунікації фармацевтичної системи.	10/9	1/1	-	-		5/8
Тема 7. Менеджмент та діловодство фармацевтичних організацій. Менеджмент та інформатика	11/8	1/-	-	-		5/8
Змістовий модуль 2. Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами та персоналом фармацевтичної організації						
Тема 8. Менеджмент і підприємництво	9/9	1/-	-	-	19/2	5/7
Тема 9. Управління трудовими ресурсами та персоналом фармацевтичної організації	10/6	1/-	-	-		5/6
Тема 10. Групова динаміка і керівництво. Управління конфліктами, стресами	9/9	1/1	-	-		4/8
Тема 11. Трудові відносини в умовах ринку	9/8	1/-	-	-		5/8
Тема 12. Оцінка ефективності діяльності організації та управління	9/8	1/-	-	-		5/8
Підсумковий контроль	7/8	1/-	-	-		4/8
Разом	120/96	13/3				47/4
Змістовий модуль 3. Основи маркетингу у фармації. Процес управління фармацевтичним маркетингом.						
Тема 13. Основні положення маркетингу у фармації	6,5/6	1/-	-	-	17,5/2	15/4
Тема 14. Процес управління	7,5/-	1/-	-	-		



ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

фармацевтичним маркетингом						
Тема 15. Маркетингові дослідження та інформація	5/-	0,5/-	-	-		
Тема 16. Вивчення ринку лікарських засобів	5,5/-	0,5/-	-	-		
Тема 17. Товар у системі маркетингу. Асортиментна політика фармацевтичних і аптечних підприємств	6,5/-	1/-	-	-		
Тема 18. Товарна та інноваційна політика фармацевтичних підприємств	6,5/-	1/-	-	-		
Модуль 2. Маркетинг у фармації						
Змістовий модуль 4. Цінова та збутова діяльність у системі фармацевтичного маркетингу						
Тема 19. Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств	6,5/6	1/-	-	-	3,5/2	6/4
Тема 20. Збутова діяльність фармацевтичних підприємств	4/-	-/-	-	-		
Змістовий модуль 5. Система маркетингових комунікацій у фармації						
Тема 21. Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних організацій	4/6	1/-	-	-	6/2	12/4
Тема 22. Реклама у системі фармацевтичного маркетингу	6,5/-	1/-	-	-		
Тема 23. Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій.	5,5/-	1/-	-	-		
Тема 24. «Паблік рилейшнз» як засіб маркетингових комунікацій. Мерчандайзинг в аптечних закладах.	5/-	-/-	-	-		
Змістовий модуль 6. Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.						
Тема 25. Маркетинговий контроль	7/6	1/-	-	-	8/2	12/4
Тема 26. Міжнародний маркетинг у фармації	8/-		-	-		
Підсумковий контроль	6/-		-/-	-		
Разом	90/90	10/-	-	-	35/8	45/16
Усього	210/120	23/3	-	-	82/12	105/10 5

Система оцінювання.

На кожному практичному занятті здобувач повинен отримати оцінку з кожного виду робіт за наступною шкалою та критеріями:

«відмінно»: 5 балів	здобувач вищої освіти відмінно засвоїв теоретичний матеріал, глибоко і всебічно знає зміст теми, основні положення наукових першоджерел та рекомендованої літератури, логічно мислить і будує відповідь, вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичного матеріалу, висловлює своє ставлення до тих чи інших проблем, демонструє високий рівень засвоєння практичних навичок.
«добре»: 4 бали	здобувач вищої освіти добре засвоїв теоретичний матеріал, володіє основними аспектами з першоджерел та рекомендованої літератури.



ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

	аргументовано викладає його; має достатні практичні навички, висловлює свої міркування з приводу тих чи інших проблем, але припускається певних неточностей і похибок у викладенні теоретичного змісту або під час аналізу продемонстрованих практичних навичок.
«задовільно» 3 бали	здобувач вищої освіти в основному опанував теоретичні знання навчальної дисципліни, орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, але непереконливо відповідає, плутає поняття, додаткові питання викликають у студента невпевненість або відсутність стабільних знань; відповідаючи на запитання практичного характеру, виявляє неточності у знаннях, недостатньо оцінює факти та явища, що пов'язані з його майбутньою діяльністю.
«незадовільно» 2 бали	здобувач вищої освіти не опанував навчальний матеріал дисципліни, не знає наукових фактів, визначень, майже не орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, відсутні наукове мислення, практичні навички не сформовані.

При недотриманні політики курсу оцінка може бути анульована та потребувати додаткового виконання роботи.

Оцінка з дисципліни визначається на підставі суми оцінок поточної навчальної діяльності (у балах), які виставляються при оцінюванні теоретичних знань та практичних навичок, опанованих при вивченні освітнього компонента, з урахуванням відгуку керівника практики від виробництва.

Виставлені за традиційною шкалою оцінки конвертуються у бали. Перерахунок у бали здійснюється після останнього заняття, якщо модуль завершується заліком.

Перед заліком, на підставі оцінок за традиційною шкалою, виставлених під час вивчення модулів, обчислюється середнє арифметичне (СА) оцінок за традиційною шкалою, округлене до 2 (двох) знаків після коми. Отримана величина конвертується у бал за багатобальною шкалою таким чином:

Шкала	200 балів
Дисципліни, що завершуються ПК	СА : 5 x200

Максимальна кількість балів, яку здобувач вищої освіти може набрати під час вивчення кожного модуля, становить 200.

Кількість балів, яка нараховується за різні види індивідуальних завдань, залежить від їхнього обсягу та значимості, але не більше 10-12 балів. Вони додаються до суми балів, набраних здобувачем на заняттях під час поточної навчальної діяльності. В жодному разі загальна сума балів за поточну навчальну діяльність не може перевищувати 200 балів.

Інформаційні ресурси

1. Національна бібліотека імені В І Вернадського <http://www.nbuv.gov.ua/>
2. Національна наукова медична бібліотека <https://library.gov.ua/>
3. Наукова бібліотека НФаУ <http://lib.nuph.edu.ua>
4. Офіційний сайт Міністерства охорони здоров'я України www.moz.gov.ua.



Рекомендовані джерела

1. Мнушко З. М. Менеджмент та маркетинг у фармації, ч. I. Менеджмент у фармації : підруч. для студ. вищ. навч. закладів З. М. Мнушко, Н. М. Діхтярьова. – Х. : Вид-во НФаУ ; «Золоті сторінки», 2009 – 448 с.
2. Мнушко З. М. Менеджмент та маркетинг у фармації. Ч. II. Маркетинг у фармації: підруч. для студ. ВНЗ. – 2-ге вид., доп. та перероб. З. М. Мнушко, Н. М. Діхтярьова; за ред. З. М. Мнушко. – Х.: Вид-во НФаУ; Золоті сторінки, 2010.–512 с.
3. Менеджмент та маркетинг у фармації: збірник тестів для підготовки студентів до стандартизованого тестового іспиту «Крок-2» С.В. Жадько, В.В. Малий, Л.П. Дорохова, О.Ю. Рогуля, А.Б. Ольховська. – Х.: Вид-во НФаУ, 2014 – 134 с.
4. Мнушко З. М. Менеджмент та маркетинг у фармації. Ч. II. Маркетинг у фармації : підруч. для студ. ВНЗ. – 2-ге вид., доп. та перероб. З. М. Мнушко, Н. М. Діхтярьова ; за ред. З. М. Мнушко. – електронний інтерактивний підручник.
5. Навчальний посібник для самостійної роботи студентів з дисципліни менеджмент та маркетинг у фармації. В. В. Малий, Л. П. Дорохова, С. В. Жадько та ін.; за ред. В. В. Малого. – Х. : НФаУ, 2015. – 474 с.