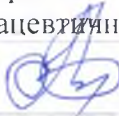

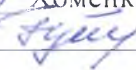




Міністерство охорони здоров'я України
Донецький національний медичний університет
Факультет фармацевтичний
Кафедра фармації та фармакології



**ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА З ММФ
СИЛАБУС**

Галузь знань	22 Охорона здоров'я
Спеціальність	226 «Фармація, промислова фармація»
Освітня програма	«Фармація»
Освітній рівень	Магістр
Статус дисципліни	Обов'язкова
Розробники	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 ОІ  Хоменко В.М. Декан факультету  Гуторов О.І.



ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА З ММФ

Рік навчання та навчальний семестр: денна ф. н. – 5 рік навчання, 10 семестр; заочна ф. н. – 5 рік навчання, 9 семестр.

Загальне навантаження: денна ф. н. - 5 кредити ECTS.

Аудиторне навантаження: денна ф. н. - 75 годин, заочна ф. н. - 23 годин.

Самостійна робота здобувачів: денна ф. н. - 75 годин, заочна ф. н. - 127 годин.

Форми підсумкового контролю: залік.

Мова викладання: українська.

Інформація про викладача

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

Світлана Юріївна Старостенко, 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: S.Yu.Starostenko@dnmu.edu.ua та/ або o.i.gudorov@dnmu.edu.ua.

Призначення навчальної дисципліни

Виробнича практика з ММФ є продовженням дисципліни «Фармацевтичний менеджмент і маркетинг» та надає майбутнім провізорам сучасне управлінське і ринкове мислення.

Мета та завдання

Основна мета - закріпити і поглибити теоретичні знання та придбати практичні навички зі створення цілісної системи успішного управління фармацевтичною організацією, у т.ч. необхідні для провадження ефективної маркетингової діяльності.

Завданнями дисципліни є – вивчення принципів маркетингу, ринку лікарських препаратів, процесу управління фармацевтичним маркетингом; вивчення механізмів формування збутової політики підприємств фармацевтичної галузі, стратегій та методів ціноутворення та цінової політики фармацевтичних підприємств, системи маркетингових комунікацій і стимулювання збуту фармацевтичної продукції, особливостей рекламування лікарських препаратів та ін., особливостей мотивації працівників аптечних установ, види конфліктів та шляхи їх подолання.

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

ЗК 5. Здатність до адаптацій та дії відповідно новим та кризовим умовам

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 10. Здатність планувати, організовувати, 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



ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

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 17. Здатність реалізовувати маркетингове управління асортиментною, товарною, інноваційною, ціновою, 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 1. Реалізовувати соціальну взаємодію, під час виконання професійних обов'язків, основу на гуманістичних і етичних принципах; розуміти соціальну значущість фармацевтичної допомоги для здоров'я населення.	Дискусійний метод, робота у групах; обговорення.	Опитування
ПРН 2. Застосовувати загальні та фахові знання з освітніх компонентів при роботі у фармацевтичних установах.	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.
ПРН 4. Демонструвати вміння самостійного пошуку, аналізу та синтезу інформації з доказових джерел та інтегрування цих результатів у рішення типових та складних спеціалізованих завдань професійної діяльності, ділитися фаховими знаннями та інформацією зі слухачами	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.	Індивідуальні завдання	Перевірка на автентичність зробленого завдання та відповідність науковим підходам застосованих креативних методів.
ПРН 9. Використовувати інформаційні технології у професійній діяльності з використанням електронно-обчислювальної техніки, із застосуванням автоматизації документообігу, комунікацій, управління технологією виробництва та доступу до	Пояснювально-ілюстративний метод (лекція); практичні роботи.	Вирішення практичних завдань.



ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

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 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 22. Керувати фармацевтичними організаціями. приймати управлінські рішення, які ґрунтуються на лідерських та комунікативних здібностях з використанням функцій менеджменту.	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.
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.
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.	Обговорення.	Опитування.
ПРН 29. Забезпечувати ефективний розвиток фармацевтичних установ та конкурентоспроможність	Пояснювально-ілюстративний метод (лекція); мультимедійні презентації; дискусійний	Опитування, вирішення тестових завдань, вирішення практичних завдань, перевірка і оцінка самостійних робіт.



ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

фармацевтичного продукту на основі результатів дослідницької роботи за усіма елементами комплексу маркетингу.	метод: практичні роботи: робота у групах; обговорення.	
---	--	--

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.
- 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 (денна/з аочна)	у тому числі			
Л (денна/з аочна)		лаб. (денна/з аочна)	п.з (денна/заочна)	с. р. (денна/заочна)	
1	2	3	4	5	6
Модуль 1. Виробнича практика з ММФ.					
Змістовий модуль 1. Менеджмент у фармації					
Тема 1. Аптека як об'єкт управління.	15/9	-	-	7/1	8/8
Тема 2. Функції і методи менеджменту. Стилі керівництва в управлінні аптечним закладом.	16/9	-	-	8/	8/9
Тема 3. Комунікаційні процеси в аптечних закладах.	15/9	-	-	8/1	7/8
Тема 4. Організація роботи з кадрами.	15/9	-	-	8/-	7/9
Тема 5. Діяльність суб'єктів фармацевтичного ринку	15/9	-	-	7/-	8/9
Змістовий модуль 2. Маркетинг у фармації					
Тема 6. Товарна політика фармацевтичного закладу.	15/9	-	-	8/	7/9
Тема 7. Цінова політика аптечного закладу.	15/9	-	-	7/1	8/8
Тема 8. Збутова політика аптечного закладу.	15/9	-	-	7/1	8/8
Тема 9. Комунікаційна політика аптечного закладу. Характеристика зовнішніх переваг аптеки.	15/9	-	-	8/-	7/9
Залік	14/9	-	-	7/-	7/9
Усього годин	150/90	-	-	75/4	75/86



ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

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 буде 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, 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
-------	-----------



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. Сайт кафедри (<https://dnmu.edu.ua/kafedra-farmacziyi-ta-farmakologivi/>)
2. Національна бібліотека імені В.І.Вернадського <http://www.nbuv.gov.ua/>
3. Наукова бібліотека Національного Фармацевтичного Університету <http://lib.nuph.edu.ua/>
4. Наукова бібліотека Запорізького державного медичного університету <http://library.zsmu.edu.ua/>
5. Донецька обласна наукова медична бібліотека <http://donmb.dn.ua>
6. Електронний архів Національного фармацевтичного університету - <https://nuph.edu.ua/>
7. Офіційний веб-портал Верховної Ради України - <http://zakon.rada.gov.ua>

Рекомендовані джерела

1. Громовик Б.П. Менеджмент і маркетинг у фармації: підручник / Б.П. Громовик, Г.Д. Гасюк, О.Р. Левицька; за ред. д-ра фарм. наук, проф. Б.П. Громовика. - К.: Медицина, 2008. - 752 с.
2. Мнушко З.М. Менеджмент та маркетингу у фармації. ч. II. Маркетинг у фармації : підручн. для студ, ВНЗ. - 2-ге вид., доп. та перероб. / З. М. Мнушко, Н. М. Діхтярьова ; за ред. З.М. Мнушко. - Х. : НФаУ : Золоті сторінки, 2010.-512с.
3. Менеджмент та маркетинг у фармації. Навчальний посібник для самостійної роботи студентів (тестові завдання з поясненнями) / З.М. Мнушко, Н.М. Скрильова, Н.В- Сотнікова та ін. За редакцією З.М. Мнушко. - Харків: Видно НФаУ, 2010. – 223 с.
4. Маркетинг: підручник / Під ред. В. Руделіус , О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та Ін. - К.: НМЦ «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. - 648 с.
5. Мнушко З.М. Теорія й практика маркетингових досліджень в фармації : моногр. / З.М. Мнушко, И.В. Пестун. - Х.: Изд-во НфаУ. 2008. - 308с.