

Одеський національний медичний університет
Одеський національний медичний університет
Факультет фармацевтичний
Кафедра організації та економіки фармації

Силабус курсу
Фармацевтичний менеджмент та маркетинг

Обсяг	6 кредитів ЄКТС, 180 годин
Семестр, рік навчання	VIII семестр 4-го року навчання та IX семестр 5-го року навчання
Дні, час, місце	Понеділок, п'ятниця Кафедра організації та економіки фармації
Викладач (-і)	Унгурян Ліана Михайлівна, Петкова Ірина Борисівна
Контактний телефон	+380674829183
E-mail	irinapetkovaa@ukr.net
Робоче місце	Вул. Малиновського, буд. 37, 2-й поверх, кафедра організації та економіки фармації, ауд.201
Консультації	За графіком кафедри

КОМУНІКАЦІЯ

Комунікація зі студентами може здійснюватися за E-mail викладача дисципліни; платформами Microsoft Teams та Zoom; месенджерами Viber, Telegram, WhatsApp.

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Предметом вивчення дисципліни є основні положення теорії та практики фармацевтичного менеджменту та маркетингу.

Пререквізити і постреквізити курсу (Місце дисципліни в освітній програмі):

Міждисциплінарні зв'язки вивчення навчальної дисципліни «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг» базуються на загальних знаннях з таких навчальних дисциплін як «Вступ у фармацію», «Фармацевтичне право та законодавство», «Основи економіки» «Технологія ліків», «Етика та деонтологія у фармації», «Інформаційні технології у фармації», «Організація та економіка фармації», «Міжнародний маркетинг».

Дисципліна закладає основи вивчення студентами фармакоекономіки, медичного та фармацевтичного товарознавства, етики та деонтології у фармації, належної фармацевтичної практики, що передбачає інтеграцію викладання з цими дисциплінами та формування умінь застосовувати знання з менеджменту та маркетингу у фармації в процесі подальшого навчання й у професійній діяльності.

Метою викладання навчальної дисципліни «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг» є формування у студентів знань щодо базових категорій менеджменту та маркетингу, забезпечення майбутнім спеціалістам можливості 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.

Основними завданнями вивчення дисципліни є: вивчення теоретичних понять, категорій, систем, інструментарію, алгоритмів та тенденцій сучасного управління в ринкових умовах з адаптацією до специфіки діяльності фармацевтичних та аптекних підприємств і закладів.

Очікувані результати:

Програмні результати навчання для дисципліни:

ПРН 1. Проводити професійну діяльність у соціальній взаємодії оснований на гуманістичних і етичних засадах; ідентифікувати майбутню професійну діяльність як соціально значущу для здоров'я людини.

ПРН 2. Застосовувати знання з загальних та фахових дисциплін у професійній діяльності.

ПРН 4. Демонструвати вміння самостійного пошуку, аналізу та синтезу інформації з різних джерел та використання цих результатів для рішення типових та складних спеціалізованих завдань професійної діяльності.

ПРН 5. Позиціонувати свою професійну діяльність та особистісні якості на фармацевтичному ринку праці; формулювати цілі власної діяльності з урахуванням суспільних і виробничих інтересів.

ПРН 6. Аргументувати інформацію для прийняття рішень, нести відповідальність за них у стандартних і нестандартних професійних ситуаціях; дотримуватися принципів деонтології та етики у професійній діяльності.

ПРН 7. Виконувати професійну діяльність з використанням креативних методів та підходів.

ПРН 8. Здійснювати професійне спілкування державною мовою, використовувати навички усної комунікації іноземною мовою, аналізуючи тексти фахової спрямованості та перекладати іншомовні інформаційні джерела.

ПРН 9. Здійснювати професійну діяльність використовуючи інформаційні технології,

«Інформаційні бази даних», системи навігації, Internet-ресурси, програмні засоби та інші інформаційно-комунікаційні технології.

ПРН 10. Дотримуватися норм спілкування у професійній взаємодії з колегами, керівництвом, споживачами, ефективно працювати у команді.

ПРН 11. Використовувати методи оцінювання показників якості діяльності; виявляти резерви підвищення ефективності праці.

ПРН 12. Аналізувати інформацію, отриману в результаті наукових досліджень, узагальнювати, систематизувати й використовувати її у професійній діяльності.

ПРН 20. Здійснювати комплекс організаційно управлінських заходів щодо забезпечення населення та закладів охорони здоров'я лікарськими засобами та іншими товарами аптечного асортименту. Здійснювати усі види обліку в аптечних закладах, адміністративне діловодство, процеси товарознавчого аналізу.

ПРН 21. Розраховувати основні економічні показники діяльності аптечних закладів, а також податки та збори. Формувати усі види цін (оптово-відпускні, закупівельні та роздрібні) на лікарські засоби та інші товари аптечного асортименту.

ПРН 22. Здійснювати управління фармацевтичними організаціями та визначати його ефективність з використанням функцій менеджменту. Приймати управлінські рішення на основі сформованих лідерських та комунікативних здібностей фармацевтичних кадрів щодо стратегічного планування діяльності підприємств.

ПРН 24. Планувати та реалізовувати професійну діяльність на основі нормативно-правових актів України та рекомендацій належних фармацевтичних практик.

ПРН 25. Сприяти збереженню здоров'я, зокрема профілактиці захворювань, раціональному призначенню та використанню лікарських засобів. Виконувати сумлінно свої професійні обов'язки, дотримуватися норм законодавства щодо просування та реклами лікарських засобів. Володіти психологічними навичками спілкування для досягнення довіри та взаєморозуміння з колегами, лікарями, пацієнтами, споживачами.

ПРН 29. Забезпечувати конкурентоспроможні позиції та ефективний розвиток фармацевтичних організацій на основі проведеної дослідницької роботи за усіма елементами комплексу маркетингу.

ОПИС КУРСУ

Форми і методи навчання

Курс буде викладений у формі лекцій (20 год.), практичних (80 год.), організації самостійної роботи студентів (80 год.). В якості методів навчання застосовуються проблемний виклад, кейс-стаді, дискусії, робота в комп'ютерному класі (тестування в системі moodle), електронні (оглядові, проблемні) лекції, презентації, ділові ігри, заняття із застосуванням комп'ютерної техніки (ситуаційні завдання, тестові завдання).

Зміст навчальної дисципліни

РОЗДІЛ 1. ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Тема № 1. Теоретичні основи менеджменту

Тема № 2. Організація як об'єкт управління

Тема №3. Менеджмент та успішне управління

Тема № 4. Функції управління. Управління процесом-прийняття рішень

Тема № 5. Комунікативні процеси в управлінні

Тема № 6. Менеджмент і підприємництво

Тема № 7. Управління трудовими ресурсами та персоналом організації

Тема № 8. Трудові відносини в умовах ринку

Тема № 9. Оцінка ефективності діяльності організації та управління

РОЗДІЛ 2. ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ

Тема № 10. Основні положення маркетингу у фармації

Тема №11. Процес управління фармацевтичним маркетингом.

Вивчення ринку лікарських засобів.

Тема №12. Товар у системі маркетингу. Асортиментна політика фармацевтичних і аптечних підприємств

Тема № 13. Товарна та інноваційна політика фармацевтичних підприємств

Тема №14. Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств

Тема № 15. Збутова діяльність фармацевтичних підприємств

Тема №16. Маркетингова політика комунікацій. Реклама у системі фармацевтичного маркетингу

Тема №17. Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій

Тема №18. Маркетингові дослідження та інформація

Тема №19. Маркетинговий контроль

Тема №20. Зовнішньоекономічна діяльність фармацевтичних підприємств

Перелік рекомендованої літератури

Основна література:

1. Фармацевтичний менеджмент та маркетинг. Текст лекції / уклад. Л.М. Унгурян, І.Б. Петкова та ін.; ОНМедУ-Одеса, 2020, 220с.
2. Фармацевтичний менеджмент та маркетинг . Навчальний посібник / уклад. Л.М. Унгурян, І.Б. Петкова та ін. ; ОНМедУ-Одеса, 2018, 160с.
3. Основи менеджменту і маркетингу у фармації: Навч.-метод. посіб. для вищих мед. (фарм.) закладів / уклад. Н.М. Косяченко, В.П. Горкуша та ін. К., 2018. 49 с.
4. Менеджмент і маркетинг у фармації. Навчально-метод. посіб. / уклад. О.Г. Чирва, О.В. Гарматюк; МОН України, УДПУ. Умань: Візаві, 2018. 217 с.
5. Агеєв А.Я. Практикум з маркетингу. Навч. посіб. 2018. 496 с.
6. Ціноутворення: збірник тестових та розрахункових завдань навчальний посібник Рекомендовано МОН України / уклад. Є.Я.Агеєв, Т.В. Шахматова. 2018. 288 с.
7. Менеджмент у фармації. Модуль 1. Навчально-метод. посіб. / В.О. Демченко, Н.О. Ткаченко, Н.М. Червоненко, Т.П. Зарічна ; за ред. Є Г. Книша. Запоріжжя : ЗДМУ, 2017. 194 с.

Додаткова література:

8. Фармацевтичний менеджмент. Практикум / уклад. Л.М. Унгурян, І.Б. Петкова та ін.; ОНМедУ-Одеса, 2019. 100 с.
9. Фармацевтичний маркетинг. Практикум / уклад. Л.М. Унгурян, І.Б. Петкова та ін.; ОНМедУ-Одеса, 2019. 120 с.
10. Агеев Е.Я., Чепиногов В.И. Маркетинг: от простого к сложному (ответы на вопросы) Учебное пособие. Навч. посібник. 2018. 424 с.
11. Лукашевич В.М. Управление персоналом. Учебное пособие. Навчальний посібник Рекомендовано МОН України. 2018. 504с.
12. Агеев Е.Я., Шахматова Т.В. Ціноутворення: теорія та практикум. Навчальний посіб. 2018. 376 с.
13. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник рекомендовано МОН України. 2017. 184 с.
14. Бойчук І.В. Інтернет у маркетингу. Підручник затверджений МОН України. 2010. 220 с.
15. Смагильчук М.Л. Методы стимулирования продаж в торговле. Навчальний посібник. 2018. 300 с.
16. Суха О.Р. Аудит. Навч. посібник. Рекомендовано МОН України. 2018. 284 с.
17. Кобилін А. М., Самородов Б. В. Інформаційний менеджмент. Навч. посібник. Рекомендовано МОН України. 2018. 216 с.
18. Якименко Л.Ю. Мотивація - основа управління людськими ресурсами. Навчальний посібник. 2018. 144с.
19. Балагуш О.О. Организационное поведение (практикум: деловые игры, тесты, конкретные ситуации). 2018. 320 с.
20. Яхно Т.П. Конфліктологія та теорія переговорів Навчальний посібник рекомендовано МОН України. 2018. 168 с.
21. Барановська М. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях. Навчальний посібник рекомендовано МОН України. 2013. 302 с.
22. Юхименко П.І. Міжнародний менеджмент. Навчальний посібник рекомендовано МОН України. 2011. 488 с.
23. Мнушко З.М., Дихтярева Н.М. Менеджмент і маркетинг у фармації ч.1, II. Маркетинг у фармації. Підручник для фарм. вузів і факультетів / під ред. З.М. Мнушко. Харків „Основа” в-во НФаУ, 2007. 288 с.
24. Мнушко З.М., Діхтярьова Н. М. Менеджмент та маркетинг у фармації. Ч. II. Маркетинг у фармації : підруч. для студ. вищ. навч. закладів / за ред. З. М. Мнушко. 2-ге вид., доп. та перероб. Х. : Вид-во НФаУ : Золоті сторінки, 2010. 512 с.

Інформаційні ресурси

1. Законодавство України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws>
2. Нормативно-директивні документи МОЗ України. URL: [/http://mozdocs.kiev.ua](http://mozdocs.kiev.ua)
3. Дослідження та аналіз фармацевтичного ринку України . URL: <http://morion.ua>

4. Міністерство охорони здоров'я України. URL: <http://www.moz.gov.ua>
5. Державний формуляр лікарських засобів. Випуск дванадцятий. / МОЗ України, 2020. URL: <http://www.moz.gov.ua/ua/portal/>
6. Державний реєстр лікарських засобів України. URL: <http://www.drlz.com.ua/ibp/ddsite.nsf/all/shlist?opendocument>.
7. Compendium online. URL: <https://compendium.com.ua/bad/>.
8. Еженедельник «Аптека». URL: <https://www.apteka.ua/>.
9. Пошукова база ліків. URL: <https://tabletki.ua/uk/>.
10. Пошукова база ліків. URL: <http://likicontrol.com.ua/>.
11. Пошукова база Medscape. URL: <https://www.medscape.com/pharmacists>.
12. Регуляторна база НТА України. URL: <https://www.hta.ua>

ОЦІНЮВАННЯ

Методи поточного контролю:

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті з метою виявлення рівня підготовки студентів за визначеною темою. Поточний контроль проводиться у формі усного опитування, письмового експрес-контролю, виступів студентів при обговоренні теоретичних питань, тестування з використанням набору стандартизованих завдань, контролю виконання практичної роботи.

Форми проведення поточного контролю: фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання письмових завдань, практичних ситуацій, кейс-завдань.

Форми і методи підсумкового контролю:

Формою підсумкового контролю є іспит, який складається по завершенню вивчення дисципліни. До підсумкової атестації допускаються ті студенти, які не мають академічної заборгованості і мають середній бал за поточну навчальну діяльність не менше 3,00 та не менш 90% з Підсумкового тестового контролю з дисципліни. Іспит студента оцінюється за 4-бальною (традиційною) шкалою.

Засобами діагностики засвоєння матеріалу є усна відповідь студента (2 теоретичних питання) та письмовий елемент оцінювання практичних навичок у вигляді ситуаційних задач (2 типові ситуаційні задачі).

Критерії оцінювання усної відповіді під час іспиту:

- «відмінно»- якщо знає теоретичну частину в повному обсязі, ілюструє відповідь різноманітними прикладами; дає вичерпно точні та ясні відповіді без будь-яких навідних питань; викладає матеріал без помилок і неточностей;

- «добре»- якщо знає теоретичну частину, відповіді на питання викладає правильно, послідовно та систематично, але вони не є вичерпними, хоча на додаткові питання студент відповідає без помилок, відчуваючи складнощі лише у найважчих випадках;

- «задовільно» – якщо знає теоретичну частину, проте допускає програмні помилки, спроможний вирішувати видо-змінені (спрощені) завдання за допомогою навідних питань, відчуваючи складнощі у простих випадках; не

спроможний самостійно систематично викласти відповідь, але на прямо поставлені запитання відповідає правильно;

- «незадовільно» – якщо не орієнтується у програмному матеріалі, не відповідає на питання теоретичного і практичного характеру.

Критерії оцінювання практичних навичок (письмова відповідь) під час іспиту:

- «відмінно» - завдання виконані повністю, застосовано відповідний алгоритм, заповнені всі супровідні документи, проведені усі необхідні розрахунки, здійснена реєстрація у відповідних журналах обліку, здійснено документальне оформлення господарських операцій;

- «добре» - завдання виконані повністю, допущені незначні помилки при розрахунках або оформленні результатів;

- «задовільно» - завдання виконані не повністю, допущені помилки при розрахунках та оформленні результатів, застосовано неправильний алгоритм вирішення;

- «незадовільно» - завдання не виконано.

Оцінка за дисципліну – це на 50% поточна успішність (середнє арифметичне всіх поточних оцінок студента) та на 50% - оцінка на іспиті.

Для оцінювання дисципліни за 4-бальною традиційною (національною) шкалою спочатку розраховується середній бал за дисципліну як середнє арифметичне двох складових:

1) середній поточний бал як арифметичне всіх поточних оцінок (розраховується як число, округлене до 2 (двох) знаків після коми, наприклад, 4,76);

2) традиційна оцінка за іспит (диференційований залік).

Середній бал за дисципліну переводиться в традиційну оцінку з дисципліни за 4-бальною шкалою і розцінюється як співвідношення цього середнього арифметичного до проценту засвоєння необхідного об'єму знань з даного предмету.

Конвертацію традиційної оцінки з дисципліни та суми балів за шкалою ECTS виробляє інформаційно-обчислювальний центр університету.

Відповідно до отриманих балами за 200-бальною шкалою, студенти оцінюються за рейтинговою шкалою ECTS.

Студенти, які одержали оцінки «FX» та «F» («2») не вносяться до списку студентів, що ранжуються. Такі студенти після перескладання автоматично отримують бал «E». Оцінка «FX» виставляється студентам, які набрали мінімальну кількість балів за поточну навчальну діяльність, але яким не зарахований іспит. Оцінка «F» виставляється студентам, які відвідали усі аудиторні заняття з дисципліни, але не набрали середнього балу (3,00) за поточну навчальну діяльність і не допущені до іспиту.

Отримання додаткових (бонусних) балів не передбачається робочою програмою з дисципліни.

Самостійна робота студентів.

Завданням самостійної роботи студентів є отримання додаткової інформації для більш поглибленого вивчення дисципліни на практичних заняттях. Самостійна робота студентів, яка передбачена темою заняття поряд із аудиторною роботою, оцінюється під час поточного контролю теми на відповідному занятті. Засвоєння тем, які виносяться лише на самостійну роботу, перевіряється під час іспиту (у вигляді теоретичних питань або ситуаційних завдань до іспиту).

ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:

Виконані роботи студентів, які представлені з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Академічна заборгованість (пропущене заняття, незадовільні оцінки) повинна бути ліквідована у двотижневий термін. Перескладання іспиту відбувається за графіком навчального відділу університету.

Політика щодо академічної доброчесності:

У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт студента він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені навчальною дисципліною.

Списування під час проведення занять та іспиту заборонені (в т.ч. з використанням мобільних пристроїв).

Політика щодо відвідування та запізнень:

Відвідування практичних та лекційних занять є обов'язковим компонентом оцінювання. Студент повинен приходити на заняття відповідно до розкладу, затвердженому університетом. Запізнення на заняття не припустиме.

Мобільні пристрої:

Неприпустиме користування мобільними пристроями (телефон, планшет тощо) під час заняття без дозволу викладача. Дозволяється використовувати зазначені мобільні пристрої в аудиторії тільки під час підготовки до практичного заняття або он-лайн тестування.

Поведінка в аудиторії:

Поведінка в аудиторії повинна відповідати загальним вимогам ділової та наукової етики. Під час занять студент повинен приймати активну участь у навчальному процесі. Студенту необхідно виявляти дисциплінованість, вихованість та відповідальність.