

Одеський національний медичний університет
Факультет фармацевтичний
Кафедра організації та економіки фармації

Силабус курсу
Маркетингові дослідження у фармації

Обсяг	2 кредити ЄКТС, 60 годин
Семестр, навчання	рік VIII семестр 3-го року навчання
Дні, час, місце	Понеділок, Середа, П'ятниця Кафедра організації та економіки фармації
Викладач (-і)	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. 213
Консультації	За графіком кафедри

КОМУНІКАЦІЯ

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

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Предмет вивчення дисципліни є навчання студентів маркетинговим дослідженням у фармації.

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

Маркетингові дослідження у фармації як навчальна дисципліна:

- ознайомлює із маркетинговим управлінням фармацевтичними підприємствами, оптовими фірмами та аптеками з різними формами господарювання та навчає студентів проводити маркетингові дослідження у фармації;

- базується на вивченні студентами таких суспільних та спеціальних дисциплін, як економічна теорія, соціологія, організація та економіка фармації, аптечна технологія лікарських засобів з основами біофармації, технологія лікарських препаратів промислового виробництва, фармакологія, фармацевтична хімія та ін.;

- закладає основи вивчення студентами фармакоекономіки, медичного та фармацевтичного товарознавства, етики та деонтології у фармації, належної фармацевтичної практики, патентознавства, 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 вивчення дисципліни є формування знань щодо базових категорій 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.

Завдання дисципліни:

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

Очікувані результати:

Програмні результати навчання для дисципліни:

ПРН 1. Проводити професійну діяльність у соціальній взаємодії на основі гуманістичних та етичних принципів; визначити майбутню професійну діяльність як соціально значущу для здоров'я людини.

ПРН 2. Застосовувати знання загальних та професійних дисциплін у професійній діяльності.

ПРН 4. Продемонструвати здатність самостійно шукати, аналізувати та синтезувати інформацію з різних джерел та використовувати ці результати для вирішення типових та складних спеціалізованих завдань професійної діяльності.

ПРН 7. Виконувати професійну діяльність, використовуючи творчі методи та підходи.

ПРН 8. Здійснюйте професійне спілкування державною мовою, використовуйте навички усного спілкування іноземною мовою, аналізуючи тексти професійної орієнтації та перекладаючи іншомовні джерела інформації.

ПРН 9. Проводити професійну діяльність із використанням інформаційних технологій, «Інформаційних баз даних», навігаційних систем, Інтернет-ресурсів, програмного забезпечення та інших інформаційно-комунікаційних технологій.

ПРН 10. Дотримуйтесь норм спілкування у професійній взаємодії з колегами, керівництвом, споживачами, ефективно працюйте в команді.

ПРН 12. Проаналізуйте інформацію, отриману в результаті наукових досліджень, узагальніть, систематизуйте та використовуйте її у професійній діяльності.

ПРН 24. Плануйте та здійснюйте професійну діяльність на основі нормативних актів України та рекомендацій належної фармацевтичної практики.

ПРН 29. Забезпечити конкурентні позиції та ефективний розвиток фармацевтичних організацій на основі дослідницької роботи з усіх елементів маркетингового комплексу.

ОПИС КУРСУ

Форми і методи навчання

Курс буде викладений у формі лекцій (10 год.) та практичних занять (30 год.), організації самостійної роботи студентів (20 год.). В якості методів навчання застосовуються проблемний виклад, кейс-стаді, дискусії, електронні (оглядові, проблемні) лекції, презентації, ділові ігри, заняття із застосуванням комп'ютерної

техніки (ситуаційні завдання, тестові завдання).

Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Система маркетингових досліджень. Маркетингова інформація.

Тема 2. Структура й процес маркетингових досліджень.

Тема 3. Методи збору первинної інформації

Тема 4. Маркетингові дослідження кон'юнктури фармацевтичного ринку.

Тема 5. Дослідження конкурентного середовища й конкурентів на фармацевтичному ринку.

Перелік рекомендованої літератури

Основна література:

1. Маркетингові дослідження у фармації. Текст лекції / уклад. Унгурян Л.М. Петкова І.Б. та ін.; ОНМедУ- Одеса, 2020, 120с.

2. Маркетингові дослідження у фармації. Навчальний посібник / уклад. Л.М. Унгурян, І.Б. Петкова та ін. ; ОНМедУ- Одеса, 2018, 160с.

3. Менеджмент і маркетинг у фармації. Навчально метод. посіб. / уклад. О.Г. Чирва, О.В. Гарматюк; МОН України, УДПУ . – Умань: Візаві, 2018. – 217 с.

5. 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.

6. Практикум з маркетингу. Навч. посіб. / уклад А.Я. Агеев - 2018.-с.496

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, 100с.

9. Фармацевтичний маркетинг. Практикум / уклад. Л.М. Унгурян, І.Б. Петкова та ін.; ОНМедУ- Одеса, 2019, 120с.

10. Маркетинг: от простого к сложному (ответы на вопросы) Учебное пособие. Навч. посібник. / уклад. Е.Я. Агеев , В.И.Чепиногов -2018.- с.424

11. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник рекомендовано МОН України. / уклад. І.Л.Литовченко -2017.- 184 с.

12. Інтернет у маркетингу. Підручник затверджений МОН України/уклад. І.В.Бойчук -2010.- 220с.

13. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях. Навчальний посібник рекомендовано МОН України / Барановська М.-2013.- 302 с.

14. Міжнародний менеджмент. Навчальний посібник рекомендовано МОН України /Юхименко П.І.-2011.- с.488

Інформаційні ресурси

25. Законодавство України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws>

26. Нормативно-директивні документи МОЗ України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: /[http:// mozdocs.kiev.ua](http://mozdocs.kiev.ua)

27. Дослідження та аналіз фармацевтичного ринку України. <http://mogion.ua>
28. Міністерство охорони здоров'я України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.moz.gov.ua>
29. Державний формуляр лікарських засобів. Випуск дванадцятий. / МОЗ України, 2020. – /Інтернет ресурс - <http://www.moz.gov.ua/ua/portal/>
30. Державний реєстр лікарських засобів України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.drlz.com.ua/ibp/ddsitesite.nsf/all/shlist?opendocument>.
31. Compendium online. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://compendium.com.ua/bad/>.
32. Еженедельник «Аптека» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.apteka.ua/>.
33. Пошукова база ліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tabletki.ua/uk/>.
34. Пошукова база ліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://likicontrol.com.ua/>.
35. Пошукова база Medscape [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Medscape <https://www.medscape.com/pharmacists>.
36. Регуляторна база НТА України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <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 письмової роботи.

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

Наприкінці вивчення дисципліни розраховується поточна успішність – середній поточний бал. На останньому семінарському занятті викладач надає інформацію студентам щодо результатів їх поточної академічної успішності та академічну заборгованість (якщо така є).

Форми і методи підсумкового контролю:

Формою підсумкового контролю знань з навчальної дисципліни «Патентознавство» є залік.

Підсумковий контроль у формі заліків оцінюється за двобальною шкалою:

– оцінка «зараховано» виставляється студенту, який виконав навчальний план дисципліни, не має академічної заборгованості; рівень компетентності – високий (творчий);

– оцінка «не зараховано» виставляється студенту, який не виконав навчальний план дисципліни, має академічну заборгованість (середній бал нижче ніж 3,0 та/або пропуски занять); рівень компетентності – низький (рецептивно-продуктивний).

Багатобальна шкала характеризує фактичну успішність кожного студента із засвоєння навчальної дисципліни.

Отриманий середній бал за дисципліну дозволяє здійснити конвертацію в оцінку за 200-бальною шкалою. При цьому підраховується тільки середній бал поточної успішності, тобто середнє арифметичне всіх отриманих оцінок за традиційною шкалою, округлене до двох знаків після коми, яке конвертується за 200-бальною системою.

Конвертація традиційної оцінки з дисципліни в 200-бальну виконується інформаційно-обчислювальним центром університету за формулою:

бал успішності (поточної / з дисципліни) x 40

національна оцінка	бали
«5»	185-200
«4»	151-184
«3»	120-150

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

Відповідно до отриманих балів за 200-бальною шкалою, студенти оцінюються за рейтинговою шкалою ECTS. Студенти, які навчаються на одному курсі (однієї спеціальності) на підставі кількості балів, набраних з дисципліни, ранжуються за шкалою ECTS таким чином:

Оцінка ECTS	Статистичний показник
«A»	Найкращі 10 % студентів
«B»	Наступні 25 % студентів
«C»	Наступні 30 % студентів
«D»	Наступні 25 % студентів
«E»	Останні 10 % студентів

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 диференційований залік. 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 диференційованого заліку.

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 семінарських заняттях.

Самостійна робота студентів, яка передбачена темою заняття поряд із аудиторною роботою, оцінюється під час поточного контролю теми на відповідному занятті.

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.

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 заліку заборонені (в т.ч. з використанням мобільних пристроїв).

Політика щодо відвідування та запізень:

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 семінарського 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.