

Одеський національний медичний університет
Факультет фармацевтичний
Кафедра організації та економіки фармації

Силабус курсу
Міжнародний маркетинг у фармації

Обсяг	2 кредити ЄКТС, 60 годин
Семестр, рік навчання	VIII семестри 4-го року навчання
Дні, час, місце	Понеділок, 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. 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 міжнародна діяльність фармацевтичних підприємств.

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

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

Дисципліна закладає основи вивчення студентами фармацевтичного менеджменту та маркетингу, фармацевтичного та медичного товарознавства, фармакоекономіки, соціальної фармації, що передбачає інтеграцію викладання з цими дисциплінами на формування умінь застосовувати знання з міжнародного маркетингу у фармації у процесі подальшого навчання та у професійній діяльності.

Метою викладання навчальної дисципліни «Міжнародний маркетинг у фармації» є формування у студентів системи знань щодо навчання студентів 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 за межами України.

Основними завданнями вивчення дисципліни є: здатність розв'язувати типові та складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у професійній фармацевтичній діяльності із застосуванням положень, теорій та методів фундаментальних, хімічних, технологічних, біомедичних та соціально-економічних наук; інтегрувати знання та вирішувати складні питання, формулювати судження за недостатньої або обмеженої інформації; ясно і недвозначно доносити свої висновки та знання, розумно їх обґрунтовуючи, до фахової та нефахової аудиторії

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 (10 год.) та практичних (30 год.), організації самостійної роботи студентів (20 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. ОРГАНІЗАЦІЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАСЕЛЕННЯ

Тема №1. Сутність міжнародного фармацевтичного маркетингу та характеристика його середовища.

Тема № 2. Методи і форми виходу на міжнародний фармацевтичний ринок, управління міжнародним фармацевтичним маркетингом.

Тема №3. Рішення стосовно міжнародного маркетингу лікарських засобів. Ціноутворення у системі міжнародного фармацевтичного маркетингу.

Тема № 4. Розповсюдження і просування лікарських засобів на міжнародному ринку. Організація безрецептурного відпуску ліків

Тема № 5. Представництва фармацевтичних підприємств – важливий суб'єкт міжнародного ринку.

Перелік рекомендованої літератури

Основна література

1. Міжнародний маркетинг у фармації. Текст лекції / уклад. Унгурян Л.М. Петкова І.Б. та ін.; ОНМедУ- Одеса, 2020, 120с.
2. Міжнародний маркетинг 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.
4. 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.
5. Менеджмент і маркетинг у фармації. Навчально - метод. посіб. / уклад. О.Г. Чирва, О.В. Гарматюк; МОН України, УДПУ . Умань: Візаві, 2018. 217 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. Управление персоналом. Учебное пособие. Навчальний посібник Рекомендовано МОН України. / В.М. Лукашевич-2018.-504с.
12. Ціноутворення: теорія та практикум. Навчальний посіб. / Є.Я. Агеев, Т.В. Шахматова -2018. -376 с.

13. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник рекомендовано МОН України / уклад. І.Л. Литовченко -2017.- 184 с.
14. Інтернет у маркетингу. Підручник затверджений МОН України / уклад. І.В. Бойчук -2010.- 220с.
15. Ціноутворення: збірник тестових та розрахункових завдань навчальний посібник Рекомендовано МОН України / уклад. Є.Я. Агеєв, Т.В. Шахматова -2018.- с.288
16. Методи стимулювання продаж в торгівлі. Навчальний посібник / уклад. М.Л. Смагильчук -2018.-300 с.
17. Аудит. Навч. посібник. Рекомендовано МОН України / Суха О.Р.- 2018.-284 с.
18. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях. Навчальний посібник рекомендовано МОН України / Барановська М.-2013.- 302 с.
19. Міжнародний менеджмент. Навчальний посібник рекомендовано МОН України / Юхименко П.І.-2011.- с.488
20. Мнушко З.М., Дихтярева Н.М. Менеджмент і маркетинг у фармації ч.1, П. Маркетинг у фармації. Підручник для фарм. вузів і факультетів / під ред. З.М. Мнушко. – Харків „Основа” в-во НФаУ, 2007. – 288 с.
21. Мнушко, З.М. Менеджмент та маркетинг у фармації. Ч. II. Маркетинг у фармації : підруч. для студ. вищ. навч. закладів / З. М. Мнушко, Н. М. Діхтярьова; за ред. З. М. Мнушко. – 2-ге вид., доп. та перероб. – Х. : Вид-во НФаУ : Золоті сторінки, 2010. – 512 с.

Інформаційні ресурси

22. Законодавство України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws>
23. Нормативно-директивні документи МОЗ України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: /[http:// mozdocs.kiev.ua](http://mozdocs.kiev.ua)
24. Дослідження та аналіз фармацевтичного ринку України. <http://morion.ua>
25. Міністерство охорони здоров'я України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// www.moz.gov.ua](http://www.moz.gov.ua)
26. Державний формуляр лікарських засобів. Випуск дванадцятий. / МОЗ України, 2020. – /Інтернет ресурс - <http://www.moz.gov.ua/ua/portal/>
27. Державний реєстр лікарських засобів України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.drlz.com.ua/ibp/ddsite.nsf/all/shlist?opendocument>.
28. 31. Compendium online. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://compendium.com.ua/bad/>.
29. 32. Еженедельник «Аптека» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.apteka.ua/>.
30. 33. Пошукова база ліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tabletki.ua/uk/>.

31. 34. Пошукова база ліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://likicontrol.com.ua/>.

32. 35. Пошукова база Medscape [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Medscape <https://www.medscape.com/pharmacists>.

33. 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 звикористанням 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 залік, 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.

Як буде здійснюватися оцінювання знань (розподіл балів) здобувачів вищої освіти?

Оцінка за дисципліну – це на 100% поточна успішність (середнє арифметичне всіх поточних оцінок студента).

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

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

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 «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 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 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(«правила гри»)

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

Політика щодо відвідування та запізнь:

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.