

МІНІСТЕРСТВА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра організації та економіки фармації



«Затверджую»

В.о. ректора ОНМедУ,

д. мед. н., професор

Р.С. Вастьянов

ПРОГРАМА ВИБІРКОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

(назва навчальної дисципліни)

підготовки: **докторів філософії на III освітньо-науковому рівні**

(назва рівня вищої освіти)

галузь знань: **22 «Охорона здоров'я»**

(шифр та назва галузі знань)

спеціальність: **226 Фармація, промислова фармація**

(код та найменування спеціальності)

Розробники: завідувач кафедри, д.фарм.н., проф. Унгурян Л.М., доцент, к.фарм.н., доцент Беляєва О.І., ст. викладач, к.фарм.н. Вишницька І.В.

Одеса
2020

Вступ

Програма вивчення вибіркової навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження в галузі охорони здоров'я» складена на підставі освітньо-наукової програми третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти з підготовки докторів філософії зі спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація» ОНМедУ, затвердженою Вченою Радою ОНМедУ від « 04 » 06 2020 року (протокол № 4).

Програму обговорено на засіданні кафедри « 28 » серпня 2020 р. (прот. № 1)

Завідувач кафедри, д.фарм.н., проф. ЛМ Унгурян Л.М.

Програму ухвалено на засіданні предметно-циклової методичної комісії з фармацевтичних дисциплін « 31 » серпня 2020 р. (прот. № 1).

Голова предметної циклової методичної комісії з фармацевтичних дисциплін, Завідувач кафедри, д.фарм.н., проф. ЛМ Унгурян Л.М.

Програму затверджено на засіданні Центральної координаційно-методичної Ради ОНМедУ від « 16 » вересня 2020 р. (прот. № 1)

Опис навчальної дисципліни (анотація)

Програму вибіркової навчальної дисципліни за вибором «Маркетингові дослідження в галузі охорони здоров'я» слід розглядати як складову всієї системи знань у галузі медичного та фармацевтичного маркетингу. Вимоги маркетингових досліджень спонукають до розробки стратегічних планів, що здатні зробити фармацевтичне підприємство конкурентоздатним на ринках, яким властива зростаюча глобалізація, що зростає і поширюється на весь світ. Також вивчення цієї дисципліни передбачає опанування: основ управління та сучасного менеджменту в сфері охорони здоров'я: принципів та особливостей застосування, видів і форм його реалізації та оцінки результативності його здійснення; соціальних основ маркетингу в медичній галузі та специфіки маркетингової діяльності в закладах охорони здоров'я.

Програма вибіркової навчальної дисципліни визначає передумови доступу до навчання, орієнтацію та основний фокус програми, обсяг, необхідний для здобуття освітньо-наукового ступеня доктора філософії, перелік загальних та спеціальних (фахових, предметних) компетентностей, нормативний і варіативний зміст підготовки фахівця, сформульований у термінах результатів навчання, та вимоги до контролю якості вищої освіти.

Вибіркова навчальна дисципліна «Маркетингові дослідження в галузі охорони здоров'я» складається з 4 кредитів ЄКТС (120 годин): у кожному кредиті по 15 аудиторних годин та 15 годин для самостійної роботи; усього 60 аудиторних годин та 60 годин для самостійної роботи.

Предметом вивчення вибіркової навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження в галузі охорони здоров'я» є сучасні принципи

управлінської діяльності, теоретичні та методичні основи маркетингу, основні закони та методи менеджменту в сфері охорони здоров'я.

Міждисциплінарні зв'язки: 1) базуються 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.;

2) закладає основи вивчення студентами фармакоекономіки, медичного та фармацевтичного товаровознавства, 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.

1. Мета та завдання вибіркової навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження в галузі охорони здоров'я»

1.1 Мета вибіркової навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження в галузі охорони здоров'я» є формування сучасного управлінського мислення, допомога студентам у формуванні теоретичної основи сучасного маркетингу з раціональним використанням спеціальних знань у галузі управління закладами охорони здоров'я та набуття вмінь з розробки та реалізації планування роботи закладу охорони здоров'я та прийняття зважених управлінських рішень у процесі діяльності, а також отримання практичних навичок та вмінь з планування, впровадження, аналізу та контролю за маркетинговою діяльністю в медичних структурах.

1.2 Основними завданнями вибіркової навчальної дисципліни є:

- 1) надання здобувачам ступеня доктора філософії знань щодо дослідницької функції маркетингу у сфері медичних послуг;
- 2) засвоїти стратегічну функції маркетингу у наданні медичних послуг та при реалізації – фармпрепаратів та засобів медичного призначення;
- 3) набути практичних навичок та вмінь: з опанування методики проведення маркетингових досліджень в умовах – конкурентного середовища;
- 4) Сформувати навички маркетингових досліджень та впровадження їх результатів;
- 5) складання бізнес-проектів для створення і регулювання попиту та пропозиції у – сфері надання медичних послуг та реалізації фармзасобів.
- 6) засвоєння теоретичних основ, сучасних принципів і засад управлінської та маркетингової діяльності медичної установи;
- 7) формування практичних навичок з використання методів планування, організації та оцінки діяльності закладів охорони здоров'я та окремо практикуючого лікаря;
- 8) розробка управлінських рішень, спрямованих на зміцнення та збереження здоров'я населення;

- 9) освоєння засад фінансового менеджменту в охороні здоров'я, вивчення показників фінансової стійкості та ефективності використання коштів;
- 10) набуття вмінь з формування маркетингових заходів закладу охорони здоров'я у відповідності до ринкових умов.

1.3 Компетентності та результати навчання, формуванню яких сприяє дисципліна (взаємозв'язок з нормативним змістом підготовки здобувачів вищої освіти).

Згідно з вимогами освітньо-наукових програм спеціальностей, дисципліна забезпечує набуття аспірантами компетентностей:

- *інтегральна:*

Здатність розв'язувати комплексні проблеми, проводити незалежне оригінальне наукове дослідження та здійснювати педагогічну, професійну, дослідницьку та інноваційну діяльність в галузі медицини та фармації.

- *загальні:*

1. Здатність до вдосконалення та розвитку власного інтелектуального та загальнокультурного рівню.
2. Вміння працювати автономно, з дотриманням дослідницької етики, академічної доброчесності та авторського права.
3. Навички до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
4. Здатність до спілкування і роботи у професійному середовищі та з представниками інших професій у національному та міжнародному контексті.
5. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність генерувати нові ідеї.
6. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
7. Вміння планувати та управляти часом.

- *спеціальні (фахові, предметні):*

1. Глибокі знання і систематичне розуміння предметної області за напрямом та тематикою наукових досліджень у галузі медицини та фармації майбутньої професійної діяльності у сфері вищої медичної та фармацевтичної освіти.
2. Здатність до визначення потреби у додаткових знаннях за напрямком наукових досліджень, формулювати дослідницькі питання, генерувати наукові гіпотези у сфері медицини та фармації.
3. Здатність розробляти та управляти науковими проектами у сфері медицини та фармації.
4. Здатність обирати методи та критерії оцінки досліджуваних феноменів та процесів в галузі медицини та фармації відповідно до цілей та завдань наукового проекту.
5. Володіння сучасними методами наукового дослідження.
6. Здатність проводити коректний аналіз та узагальнення результатів наукового дослідження.
7. Здатність інтерпретувати можливості та обмеження дослідження, його роль у суспільстві.

8. Впровадження нових знань (наукових даних) в освітній процес та практику охорони здоров'я.
9. Оприлюднення результатів наукових досліджень в усній і письмовій формах відповідно до національних та міжнародних стандартів.

Результати навчання

Інтегративні кінцеві програмні результати навчання, формуванню яких сприяє навчальна дисципліна.

1. Застосовувати науково-професійні знання; формулювати ідеї, концепції з метою використання в роботі освітнього та наукового спрямування.
2. Демонструвати знання методології дослідження в цілому і методів певної сфери наукових інтересів, зокрема.
3. Інтерпретувати та аналізувати інформацію, коректно оцінювати нові й складні явища та проблеми з науковою точністю критично, самостійно і творчо.
4. Формулювати наукові гіпотези, мету і завдання наукового дослідження.
5. Самостійно і критично проводити аналіз і синтез наукових даних.
6. Виконувати та вдосконалювати сучасні методики дослідження за обраним напрямом наукового проекту та освітньої діяльності.
7. Використовувати результати наукових досліджень в медичній та фармацевтичній практиці, освітньому процесі та суспільстві.
8. Представляти результати наукових досліджень в усній і письмовій формах у науковому співтоваристві і суспільстві в цілому, відповідно до національних та міжнародних стандартів.
9. Оцінювати ефективність освітнього процесу, рекомендувати шляхи його удосконалення.
10. Демонструвати академічну доброчесність та діяти відповідально щодо достовірності отриманих наукових результатів.

Результати навчання для дисципліни.

Аспірант (здобувач) має знати:

- Сутність і структуру нормативно-правового регулювання галузю та закладами охорони здоров'я;
- Нормативно-правові акти щодо забезпечення управління персоналом в сфері охорони здоров'я;
- Завдання та функції менеджера системи охорони здоров'я в сучасних економічних умовах;
- Маркетинговий інструментарій у сфері охорони здоров'я;
- Фактори зовнішнього середовища та їх вплив на маркетингову діяльність медичного закладу.

Аспірант (здобувач) має вміти:

- Застосовувати методи планування в роботі лікувально-профілактичних закладів та проводити фінансове планування діяльності медичних установ;

- Розробляти управлінські рішення, спрямовані на задоволення потреб населення в медичній допомозі шляхом ефективного вирішення економічних питань;

- Проводити комплексне маркетингове дослідження ринку медичних послуг з метою прийняття управлінських рішень;

- Розробляти цінову політику, спрямовану на реалізацію стратегічних і оперативних завдань медичного закладу.

2. Структура вибіркової навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження в галузі охорони здоров'я»

Назва змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Денна форма			Заочна форма		
	Усього	У тому числі		Усього	У тому числі	
		Семінар.	Самост. робота		Семінар.	Самост. робота
Змістовий модуль № 1. Маркетингові дослідження закладів охорони здоров'я						
Державна політика та державне регулювання в сфері охорони здоров'я	8	4	4	8	4	4
Основні види управлінської діяльності в охороні здоров'я	8	4	4	8	4	4
Робота з персоналом та управління кадрами медичного закладу	8	4	4	8	4	4
Маркетингова діяльність медичного закладу	8	4	4	8	4	4
Особливості маркетингу при різних варіантах попиту на медичні послуги	10	5	5	10	5	5
Засоби поширення інформації та оцінка ефективності реклами	10	5	5	10	5	5

Аналіз можливостей медичного закладу на ринку послуг охорони здоров'я	10	5	5	10	5	5
<i>Змістовий модуль №2. Маркетингові дослідження в фармації</i>						
Робота з персоналом та управління кадрами фармацевтичного закладу	10	5	5	10	5	5
Структура й процес маркетингових досліджень. Методи збору первинної інформації	10	5	5	10	5	5
Маркетингові дослідження внутрішнього середовища фармацевтичного підприємства	12	6	6	12	6	6
Дослідження конкурентного середовища й конкурентів на фармацевтичному ринку	10	5	5	10	5	5
Поняття та основні концепції управління маркетингом	10	5	5	10	5	5
Залікове заняття. Підсумковий контроль засвоєння дисципліни.	6	3	3	6	3	3
Разом:	120	60	60	120	60	60

3. Теми семінарських занять вибіркової навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження в галузі охорони здоров'я»

№ з/п	Тема	Кількість годин
1.	Державна політика та державне регулювання в сфері охорони здоров'я	4
2.	Основні види управлінської діяльності в охороні здоров'я	4
3.	Робота з персоналом та управління кадрами медичного закладу	4
4.	Маркетингова діяльність медичного закладу	4
5.	Інформаційний менеджмент медичної установи	4
6.	Особливості маркетингу при різних варіантах попиту на медичні послуги	4
7.	Засоби поширення інформації та оцінка ефективності реклами	4
8.	Аналіз можливостей медичного закладу на ринку послуг охорони здоров'я	4
9.	Робота з персоналом та управління кадрами медичного закладу	4
10.	Структура й процес маркетингових досліджень. Методи збору первинної інформації	4
11.	Маркетингові дослідження внутрішнього середовища фармацевтичного підприємства	4
12.	Дослідження конкурентного середовища й конкурентів на фармацевтичному ринку	4
13.	Поняття та основні концепції управління маркетингом	4
14.	Стратегія і тактика маркетингової діяльності	4
15.	Засоби поширення інформації та оцінка ефективності реклами	4
16.	Стилі керівництва в медичних установах	4
17.	Залікове заняття. Підсумковий контроль засвоєння дисципліни.	4
	Разом	60

4. Теми самостійних робіт вибіркової навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження в галузі охорони здоров'я»

№ з/п	Тема	Кількість годин
1.	Методи, які використовують в маркетингових дослідженнях в охороні здоров'я.	4
2.	Метод ранжування	4
3.	Метод ABC-аналіза	2
4.	Метод VEN-аналіза	4
5.	Метод анкетування	2

6.	Маркетингові дослідження закладів охорони здоров'я	4
7.	Аналіз зовнішнього середовища закладів охорони здоров'я	4
8.	Аналіз внутрішнього середовища закладів охорони здоров'я якісним методом SWOT- аналізу	4
9.	Маркетингові дослідження кон'юнктури фармацевтичного ринку	4
10.	Аналіз внутрішнього середовища закладів охорони здоров'я кількісним методом SWOT- аналізу	4
11.	Система маркетингових досліджень	2
12.	Маркетингова інформація	4
13.	Структура й процес маркетингових досліджень.	4
14.	Методи збору первинної інформації	4
15.	Маркетингові дослідження внутрішнього середовища фармацевтичного підприємства	4
16.	Дослідження конкурентного середовища й конкурентів на фармацевтичному ринку	4
17.	Предметні особливості маркетингових досліджень	4
	Разом	60

5. Методи навчання

Викладання вибіркової навчальної дисципліни «Побічна дія лікарських препаратів» на практичних заняттях забезпечується методичними розробками для кожного практичного заняття, наочними засобами навчання для кожного заняття (презентації, відеолекції), інформаційним ресурсом кафедри, структурованими алгоритмами контролю вмінь.

Самостійна робота при вивченні вибіркової навчальної дисципліни забезпечується методичними розробками з самостійної роботи, наочними засобами навчання (відеолекції, презентації), інформаційним ресурсом кафедри, тематикою самостійних робіт, структурованими алгоритмами контролю вмінь.

Підсумковий контроль не проводиться, вивчення дисципліни завершується заліком на останньому практичному занятті.

6. Методи контролю:

- тести вхідного та заключного контролю рівня знань за темою практичного заняття;
- усна відповідь на питання за матеріалом поточної теми;
- розв'язання типових і нетипових клінічних ситуаційних задач;
- контроль практичних навичок;
- підсумковий залік.

7. Схема нарахування та розподіл балів, які отримують аспіранти

Поточний контроль. Оцінювання успішності вивчення тем дисципліни виконується за традиційною 4-х бальною шкалою. Наприкінці вивчення дисципліни поточна успішність розраховується як середній поточний бал,

тобто середнє арифметичне всіх отриманих аспірантом оцінок за традиційною шкалою, округлене до цілого числа.

Підсумковий контроль. Вивчення навчальної дисципліни завершується заліком. Залік отримають аспіранти (пошукувачи), які не мають пропусків лекцій і практичних занять або відпрацювали пропущені аудиторні заняття і мають середній бал не менше, ніж 3,00.

8. Рекомендована література

Основна (базова):

1. 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.

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

3. Практикум з маркетингу. Навч. посіб. / уклад А.Я. Агєєв - 2018.- с.496

4. 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.

Допоміжна

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

6. Управление персоналом. Учебное пособие. Навчальний посібник Рекомендовано МОН України. / В.М. Лукашевич-2018.-504с.

7. Ціноутворення: теорія та практикум. Навчальний посіб. / Є.Я. Агєєв, Т.В.Шахматова -2018. -376 с.

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

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

10. Аудит. Навч. посібник. Рекомендовано МОН України / Суха О.Р.- 2018.-284 с.

11. 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.

12. 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

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

14. Нормативно-директивні документи МОЗ України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [/http:// mozdocs.kiev.ua](http://mozdocs.kiev.ua)
15. Дослідження та аналіз фармацевтичного ринку України. <http://morion.ua>
16. Міністерство охорони здоров'я України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// www.moz.gov.ua](http://www.moz.gov.ua)
17. Державний формуляр лікарських засобів. Випуск дванадцятий. / МОЗ України, 2020. – /Інтернет ресурс - <http://www.moz.gov.ua/ua/portal/>
18. Державний реєстр лікарських засобів України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.drlz.com.ua/ibp/ddsite.nsf/all/shlist?opendocument>.
19. Compendium online. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://compendium.com.ua/bad/>.
20. Еженедельник «Аптека» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.apteka.ua/>.
21. Пошукова база ліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tabletki.ua/uk/>.
22. Пошукова база ліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://likicontrol.com.ua/>.
23. Пошукова база Medscape [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Medscape <https://www.medscape.com/pharmacists>.
24. Регуляторна база НТА України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hta.ua>