

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

Силабус навчальної дисципліни
«Фармацевтичний менеджмент та маркетинг»

Обсяг навчальної дисципліни	Загальна кількість годин на дисципліну: 210 годин, 7 кредитів. Семестр: 8-9. 4-5 рік навчання.
Дні, час, місце проведення навчальної дисципліни	За розкладом занять. Кафедра організації та економіки фармації Одеса, вул. Малиновського, 37
Викладач(-і)	Д.фарм.н., проф. Ліана УНГУРЯН старший викладач Ірина ЯЩУК
Контактна інформація	E-mail: irina.yashchuk@onmedu.edu.ua liana.unguryan@onmedu.edu.ua Консультації: з 14.30 до 16.00 щовівторка, з 09.00 до 13.00 щосуботи

КОМУНІКАЦІЯ

Комунікація зі здобувачами буде здійснюватися аудиторно (очно).

Під час дистанційного навчання комунікація здійснюється через платформу Microsoft Teams, а також через листування електронною поштою, месенджери Viber (через створені у Viber групи для кожної групи, окремо через старосту групи).

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предметом вивчення є якісне управління трудовими ресурсами на фармацевтичному підприємстві, функції управління, ринок лікарських засобів, цінова політика та ціноутворення, засоби комунікації та способи просування ЛЗ на ринку.

Пререквізити: ґрунтується на отриманих під час навчання загальних знань з таких навчальних дисциплін як «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Іноземна мова» (за професійним спрямуванням), «Вступ у фармацію», «Фармацевтичне право та законодавство», «Основи економіки у

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

фармації», «Фармакологія», «Технологія ліків», «Етика та деонтологія у фармації», «Інформаційні технології у фармації», «Світова фармацевтична дистрибуція», «Психології спілкування».

Постреквізити: закладає основи вивчення здобувачами таких дисциплін як «Організація та економіка фармації», «Фармакоекономіка», «Соціальна фармація», «Оцінка медичних технологій», «Фармацевтична логістика»

Метою є: формування 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.

Завдання:

1. Сприяти формуванню професійно-необхідних знань, умінь та навичок відповідно до освітньо-кваліфікаційної характеристики
2. Забезпечити теоретичною базою для подальшого вивчення інших фармацевтичних та економічних дисциплін навчального плану
3. Створити базу, яка визначає професійну компетентність та загальну ерудицію фармацевта.

Очікувані результати.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен:

Знати основи системи права і фармацевтичного законодавства; основні механізми державного регулювання фармацевтичної діяльності; принципи організації надання фармацевтичної допомоги населенню; основні принципи організації фармацевтичного забезпечення населення; правові та етичні норми фармацевтичної діяльності. законодавчу базу України щодо підприємницької діяльності; накази МОЗ України про підприємницьку діяльність; принципи організації роботи аптекних закладів, фармацевтичних фірм та їх структурних підрозділів; планування розвитку і розміщення аптекної мережі; накази та інструктивні матеріали МОЗ України щодо інформаційного та технічного забезпечення робочих місць провізорів; організацію відповідного документообігу на кожному робочому місці провізора; завдання, функції, штати структурних підрозділів; методики розрахунку витрат аптекного підприємства, порядок розрахунку фінансових результатів діяльності аптек: торгові накладення, прибуток, рентабельність. поняття про податки, їх види та принципи оподаткування аптекних підприємств; ціноутворення на медикаменти; аналіз та розрахунок витрат аптеки; товарний звіт та звіт про фінансово-господарську діяльність аптеки; господарські засоби аптекних підприємств, їх класифікація; джерела фінансування обігових засобів. підходи

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

формування цін на медикаменти в Україні та за кордоном; удосконалення цінової політики на медикаменти (накази МОЗ України); особливості формування роздрібних цін на фармацевтичні товари; систему постачання аптек в умовах формування фармацевтичного ринку України; теоретичні основи менеджменту; функції управління ; управління процесом прийняття рішень; ринкові структури управління у фармації; менеджмент та успішне управління; менеджмент і підприємництво; підприємницька діяльність у фармації; організацію фармацевтичної системи як об'єкту управління; управління трудовими ресурсами; соціальна відповідальність організацій; етично-правові норми фармацевтичної діяльності; основи трудового права; економічні розрахунки продуктивності праці; розрахунки ефективності використання робочого часу; моделі, методи і підходи до прийняття управлінського рішення. основні положення фармацевтичного маркетингу; попит та пропозиція фармацевтичних товарів; методики маркетингового дослідження фармацевтичного ринку. асортиментну політику фармацевтичних підприємств; маркетингові інформаційні системи, підсистеми МІС; визначення потреби в лікарських засобах; вибіркові методи математичної статистики, точкові і інтервальні оцінки параметрів розподілу; статистичну перевірку гіпотез, планування експерименту і дисперсійний аналіз; позиціонування фармацевтичного товару; вивчення ринку лікарських засобів; стратегію маркетингових комунікацій і стимулювання збуту фармацевтичної продукції; цінову еластичність попиту та пропозицій.

вміти використовувати дані різних форм звітності для прийняття управлінських рішень щодо оптимізації господарської діяльності аптечного закладу.користуватись нормативно-правовими актами, що регламентують фармацевтичну діяльність в Україні та за кордоном; відстежувати та визначати зміни і доповнення у вітчизняному фармацевтичному законодавстві; складати відомості про матеріально-технічну базу аптеки та аптечного пункту, а також організаційні документи, необхідні для їх діяльності; формувати відносини з хворими та лікарями з метою виконання етичних критеріїв ВООЗ та принципів належної аптечної практики щодо просування лікарських засобів на ринку, мінімізації зловживання та невірного використання лікарських засобів. враховуючи облікові дані за попередні періоди роботи для аптеки та її структурного підрозділу планувати: товарообіг; торгові накладення; витрати; прибуток та інші економічні показники; складати замовлення — вимоги на аптечний склад та до інших постачальників на отримання медикаментів і товарів аптечного асортименту, враховуючи нормативні документи МОЗ України; здійснювати комплексне інформаційне забезпечення підготовки та укладання договорів купівлі-продажу, контрактів на основі своєчасного поновлення відповідних розділів бази даних інформаційно-управлінської маркетингової системи, використовуючи автоматизовані інформаційно-

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

пошукові системи та технічні засоби; складати комерційні угоди, угоди про співробітництво з діловими партнерами та здійснювати постійну роботу з клієнтами згідно з укладеними угодами, контролювати виконання договірних зобов'язань постачальниками продукції, сировини та матеріалів, використовуючи нормативно-правові документи та окремі положення МОЗ України. застосовувати різні методи ціноутворення. складати та аналізувати бізнес-план діяльності аптечного закладу; обґрунтовувати та визначати оптимальну форму господарювання, готувати засновницькі документи; визначати та формувати організаційну структуру фармацевтичного закладу, створювати положення про структурні підрозділи, визначати їх завдання та необхідні посади; обґрунтовувати план організаційно-методичних та виробничих заходів, спрямованих на координацію програми діяльності, вирішення фінансових та соціальних питань, установлення напрямків використання прибутку; планувати, організовувати та проводити оперативні та підсумкові виробничі наради працівників закладу (підприємства) з прийняттям відповідних управлінських рішень; вирішувати виробничі, фінансові, маркетингові та інші завдання з метою підвищення показників ефективності діяльності підприємства; здійснювати адекватний підбір кадрів з урахуванням їх професійної підготовки, ділових та особистих якостей, визначати функціонально-посадові обов'язки; приймати та звільняти працівників, контролювати порядок введення та обліку записів у трудових книжках; заключати та розривати трудовий договір, брати участь у підготовці колективного договору, оформляти відповідні організаційно-розпорядчі документи; виявляти резерви підвищення ефективності праці співробітників аптеки на основі критеріїв ефективності, аналізу витрат робочого часу та побудови моделей раціонального його використання за допомогою показників ефективності. здійснювати сегментування ринку за демографічними, психографічними та ін. характеристиками, захворюваністю, профілем надання лікарської та медичної допомоги; - аналізувати наявність лікарських засобів на конкретному сегменті ринку за асортиментною, ціновою характеристиками, за підприємствами-виробниками, визначати їх конкурентоспроможність, оформляти зведені аналітичні таблиці; аналізувати прайс листи та інші джерела маркетингової інформації фірм і підприємств-виробників лікарських засобів з метою визначення асортиментноцінових характеристик продукції, що пропонується; проводити маркетингові дослідження окремих лікарських засобів та їх фармакотерапевтичних груп; вивчати та аналізувати вимоги та мотивації споживачів лікарських засобів та виробів медичного призначення; складати прогнози закупівлі лікарських засобів різних фармакотерапевтичних груп; - визначати та застосовувати ефективні канали товаропросування фармацевтичної продукції та оформляти аналітичні звіти на основі даних про їх реалізацію; розраховувати місткість ринку лікарських засобів за

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

економічними показниками (обсяг виробництва, товарні запаси, показники експорту та імпорту) для конкретного його сегменту.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Форми і методи навчання. Дисципліна буде викладатися у формі лекцій (20 год.) та практичних занять (80 год.), організації самостійної роботи студентів (110 год.). Консультації – індивідуальні.

При проведенні семінарських занять використовуються *методи навчання*: словесні, наочні, практичні; пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемне викладання, частково-пошуковий, дослідницький; самостійної роботи здобувачів з осмислення й засвоєння нового матеріалу роботи із застосування знань на практиці та вироблення вмінь і навичок, методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності; стимулювання й мотивація навчання, контролю, самоконтролю.

Зміст навчальної дисципліни

Тема №1. Теоретичні основи менеджменту. Менеджмент та успішне управління. Керівництво та лідерство у фармацевтичних організаціях.

Тема №2. Організація як об'єкт управління. Зовнішнє середовище фармацевтичних організацій.

Тема №3. Функції управління. Управління процесом прийняття рішень

Тема №4. Комунікативні процеси в управлінні, діловодство, документообіг фармацевтичних організацій.

Тема №5. Менеджмент і фармацевтичне підприємництво. .

Тема №6. Управління трудовими ресурсами фармацевтичної галузі та персоналом організації. Групова динаміка і керівництво. Управління конфліктами.

Тема №7. Трудові відносини за ринкових умов.

Тема № 8. Оцінка ефективності діяльності організації та управління.

Тема №9. Основні положення фармацевтичного маркетингу.

Тема №10. Процес управління фармацевтичним маркетингом. Вивчення ринку лікарських засобів.

Тема №11. Товар у системі маркетингу. Асортиментна політика фармацевтичних і аптечних підприємств.

Тема №12. Товарна та інноваційна політика фармацевтичних підприємств.

Тема №13. Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств.

Тема №14. Збутова діяльність фармацевтичних підприємств.

Тема №15. Маркетингова політика комунікацій.

Тема №16. Реклама у системі фармацевтичного маркетингу

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

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:

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. Фармацевтичний менеджмент. Практикум / уклад. Л.М. Унгурян, І.Б. Петкова та ін.; ОНМедУ- Одеса, 2019, 100с.
4. Фармацевтичний маркетинг. Практикум / уклад. Л.М. Унгурян, І.Б. Петкова та ін.; ОНМедУ- Одеса, 2019, 120с.
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. Менеджмент і маркетинг у фармації. Навчально - метод. посіб. / уклад. О.Г. Чирва, О.В. Гарматюк; МОН України, УДПУ . – Умань: Візаві, 2018. – 217 с.
7. Практикум з маркетингу. Навч. посіб. / уклад А.Я. Агєєв - 2018.-с.496
8. Ціноутворення: збірник тестових та розрахункових завдань навчальний посібник Рекомендовано МОН України / уклад. Є.Я.Агєєв, Т.В. Шахматова -2018.- с.288
9. 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.
10. Pharmaceutical Law and Legislation : the textbook for applicants for higher education / A.A. Kotvitskaya, I.V. Kubarieva, A.V. Volkova et al. Kharkiv : NUPh : GoldenPages, 2019. 204 p.
11. Ціноутворення: теорія та практикум. Навчальний посіб. / Є.Я. Агєєв, Т.В. Шахматова 2018. -376 с.
12. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник рекомендовано МОН України. / уклад. І.Л. Литовченко -2017.- 184 с.
13. Інтернет у маркетингу. Підручник затверджений МОН України/уклад. І.В. Бойчук -2010.- 220с.
15. Методи стимулювання продаж в торгівлі. Навчальний посібник / уклад. М.Л. Смагильчук -2018.-300 с.
14. Аудит. Навч. посібник. Рекомендовано МОН України / Суха О.Р.-2018.-284 с.
15. Інформаційний менеджмент. Навч. посібник. Рекомендовано МОН України /Кобилін А. М., Самородов Б. В.-2018. - 216 с.

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

16. Конфліктологія та теорія переговорів Навчальний посібник рекомендовано
МОН України / Яхно Т.П.-2018. 168 с.

Електронні ресурси:

1. <https://repo.odmu.edu.ua/xmlui/>
2. <https://info.odmu.edu.ua/>
3. Законодавство України [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<http://zakon.rada.gov.ua/laws>
4. Департамент оцінки медичних технологій
<https://www.dec.gov.ua/ua/departament-omt/>
5. Державний формуляр лікарських засобів. Випуск дванадцятий. /
МОЗ України, 2020. – /Інтернет ресурс - <http://www.moz.gov.ua/ua/portal/>
6. Державний реєстр лікарських засобів України. [Електронний
ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.drlz.com.ua/ibp/ddsite.nsf/all/shlist?opendocument>.
7. Щотижневник «Аптека» [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.apteka.ua/>.
8. Пошукова база ліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://tabletki.ua/uk/>.
9. Пошукова база ліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://likicontrol.com.ua/>.
10. Пошукова база Medscape [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
[Medscapehttps://www.medscape.com/pharmacists](https://www.medscape.com/pharmacists).
11. Регуляторна база НТА України [Електронний ресурс]. – Режим
доступу: <https://www.hta.ua>
12. FDA [E-resource]. - Access:<https://www.fda.gov>
13. WHO [E-resource]. - Access:<https://www.who.int>

ОЦІНЮВАННЯ

Форми і методи поточного контролю: усне та письмове опитування (експрес-контроль) на практичних заняттях та інтерактивних лекціях, виступів студентів під час обговорення питань, оцінювання ступеня відпрацювання практичних навичок, тестування (бланкове або комп'ютерне). Критерії оцінювання поточної успішності здобувачів відображені у робочій програмі освітньої компоненти «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг» із зазначенням чіткої процедури оцінювання знань студентів на навчальному занятті. Оцінювання поточної успішності вивчення тем освітньої компоненти виконується за традиційною 4-х бальною шкалою.

Форми і методи підсумкового контролю: іспит.

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

- Здобувач допускається до іспиту за умови виконання вимог навчальної програми та в разі, якщо за поточну навчальну діяльність він отримав не менше 3,00 балів; успішно захистив курсову роботу; склав тестовий контроль за тестами «Крок-2» не менш ніж на 90% (50 завдань).

- Тестовий контроль проводиться в Навчально-виробничому комплексі інноваційних технологій навчання, інформатизації та безперервної освіти ОНМедУ на останньому занятті напередодні іспиту.

- здобувачі заочної форми навчання допускаються до участі в екзаменаційній сесії, якщо вони не мають заборгованості за попередній семестр і до початку екзаменаційної сесії виконали види робіт, передбачені робочими програмами освітніх компонент, які виносяться на сесію.

Можливість і умови отримання додаткових (бонусних) балів: не передбачено.

Самостійна робота здобувача, яка передбачена в програмі, контролюється і оцінюється при поточному контролі.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Самостійна робота здобувача, яка передбачена в програмі, контролюється і оцінюється при поточному контролі.

ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Політика щодо дедлайнів та перескладання відповідає загальним правилам в ОНМедУ. Пропуски занять з неповажних причин відпрацьовуються за розкладом черговому викладачу. Пропуски з поважних причин відпрацьовуються за індивідуальним графіком з дозволу деканату.

Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань. Неприйнятними у навчальній діяльності для учасників освітнього процесу є використання під час контрольних заходів заборонених допоміжних матеріалів або технічних засобів. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до академічної відповідальності: зниження результатів оцінювання; повторне проходження оцінювання.

Політика щодо відвідування та запізнь:

Форма одягу: медичний халат.

Обладнання: зошит, ручка.

Стан здоров'я: здобувачі хворі на гострі інфекційні захворювання, у тому числі на респіраторні хвороби, до заняття не допускаються.

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

Здобувач, який спізнився на заняття, може бути на ньому присутній, але якщо в журналі викладач поставив «нб», він повинен його відпрацювати у загальному порядку.

Використання мобільних пристроїв:

Мобільні пристрої можуть бути застосовані здобувачами з дозволу викладача, якщо вони потрібні для виконання завдання.

Поведінка в аудиторії:

Поведінка здобувачів та викладачів в аудиторіях має бути робочою та спокійною, суворо відповідати правилам, встановленим у відповідності до Кодексу академічної етики та взаємин університетської спільноти Одеського національного медичного університету.