

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

Силабус навчальної дисципліни
«Маркетингові дослідження у фармації»

Обсяг навчальної дисципліни	Загальна кількість годин на дисципліну: 90 годин, 3 кредити ЄКТС.
Дні, час, місце проведення навчальної дисципліни	За розкладом занять. Кафедра організації та економіки фармації з післядипломною підготовкою Одеса, вул. Олексія Вадатурського, 37
Викладач (-і)	Ст.викл. Петкова Ірина Борисівна Ст.викл. Степанова Оксана Анатоліївна
Контактна інформація	Довідки за телефонами: Петкова Ірина Борисівна +38 (067) 4829183 Е-mail: irinapetkovaa@ukr.net ; Степанова Оксана Анатоліївна +38 (061)9408144 stepanova74@ukr.net Очні консультації: з 14.30 до 16.00 кожного вівторка, з 9.00 до 13.00 кожної суботи. Онлайн - консультації: з 14.30 до 16.00 кожного вівторка, з 9.00 до 13.00 кожної суботи. Посилання на онлайн - консультацію надається кожній групі під час занять окремо.

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 / Telegram (через створені у Viber / Telegram групи для кожної групи, окремо через старосту групи).

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет вивчення дисципліни – маркетингові дослідження у фармації.

Мета дисципліни: формування у здобувачів 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.

Завдання навчальної 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:

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен:

Знати:

- основні поняття, категорії, принципи та функції маркетингу;
- сутність, завдання й структуру маркетингових досліджень;
- види та джерела маркетингової інформації, методи збору первинних і вторинних даних;
- особливості функціонування світового та вітчизняного фармацевтичного ринку;
- принципи планування маркетингу у фармацевтичних підприємствах;
- механізми формування цін на лікарські засоби у міжнародному маркетингу;

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

- концепції просування лікарських засобів та особливості фармацевтичної реклами (в т.ч. в країнах ЄС);
- напрями дослідження конкурентного середовища, поведінки споживачів та структури фармацевтичного ринку;
- особливості міжнародного фармацевтичного маркетингу: інтеграція, логістика, фальсифікація ліків, нормативно-правові аспекти.

Вміти:

- застосовувати інструменти маркетингових досліджень у професійній діяльності;
- збирати, систематизувати та аналізувати маркетингову інформацію;
- ідентифікувати потреби цільових сегментів ринку;
- планувати маркетингові стратегії для аптечних і фармацевтичних підприємств;
- проводити SWOT-аналіз, аналіз конкурентного середовища, оцінку ринкової кон'юнктури;
- розробляти маркетингову політику підприємства, зокрема цінову, товарну, збутову та комунікаційну;
- готувати інформаційно-аналітичні матеріали з результатами маркетингових досліджень;
- оцінювати ефективність діяльності медичних представників та інших суб'єктів фармацевтичного ринку;
- дотримуватися принципів професійної етики й відповідальності у маркетинговій практиці.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Форми і методи навчання:

Дисципліна буде викладатися у формі практичних занять; організації самостійної роботи здобувача.

Методи навчання:

Практичні заняття: словесні методи: бесіда, пояснення, дискусія, обговорення проблемних ситуацій; наочні методи: ілюстрація (у тому числі мультимедійні презентації); практичні методи: виконання тестових завдань, вирішення ситуаційних завдань.

Самостійна робота: робота з рекомендованою основною та додатковою літературою, з електронними інформаційними ресурсами, підготовка до практичних занять; самостійне виконання індивідуального завдання, підготовка доповіді та презентації для захисту індивідуального завдання.

Зміст навчальної дисципліни

1. Система маркетингових досліджень. Маркетингова інформація. Характеристика світового фармацевтичного ринку. Особливості та основні цілі міжнародного фармацевтичного маркетингу. Сутність проактивних і реактивних мотивів виходу фармацевтичних фірм на міжнародний ринок. Напрямки державного регулювання зовнішньоекономічних зв'язків. Особливості економічного, політико-правового і культурного середовища міжнародного фармацевтичного маркетингу. Роль торговельних угод, митних союзів, міжнародних погоджень, організацій споживачів. Міжнародні правила інтерпретації комерційних термінів "Інкотермс".

2. Структура й процес маркетингових досліджень.

Основні методи виходу на зовнішній фармацевтичний ринок. Напрямки організації спільних фармацевтичних підприємств. Характерні риси основних показників моделей виходу на зовнішній ринок. Форми реалізації міжнародного фармацевтичного маркетингу. Концепції міжнародного фармацевтичного маркетингу. Особливості планування маркетингу

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

міжнародної фармацевтичної фірми. Принципи сегментації міжнародного ринку. Підходи до організації служби маркетингу міжнародної фармацевтичної фірми.

3. *Методи збору первинної інформації.*

Можливі рішення стосовно міжнародних препаратів. Проблеми характерні для міжнародної політики лікарських засобів. Суть і класифікаційні ознаки фальсифікація лікарських засобів та причини її появи. Суть проблем установа цін на міжнародні ліки. Процес розробки міжнародної цінової політики. Роль і результати державного управління у регулюванні цін на зовнішніх ринках.

4. *Маркетингові дослідження кон'юнктури фармацевтичного ринку.*

Особливості каналів міжнародного розподілу. Напрямки горизонтальної інтеграції на міжнародному фармацевтичному ринку. Характерні риси вертикальної інтеграції і диверсифікованості на міжнародному фармацевтичному ринку. Сутність організації збутової логістики міжнародними фармацевтичними фірм. Транспортування лікарських засобів за кордоном. Напрямки і підходи до просування ліків на міжнародному ринку. Особливості регулювання реклами лікарських засобів для населення в країнах ЄС.

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

Особливості структури, принципи та методи роботи і кадрового забезпечення представництв фармацевтичних фірм. Напрямки адаптації представництв до умов внутрішнього фармацевтичного ринку. Характерні риси персонального продажу, здійснюваного медичним представником. Негативні моменти є у роботі представницького персоналу. Навчання та практика наймання представницького персоналу.

Перелік рекомендованої літератури:

Основна:

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, УДП . – 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. Агєєв - 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:

1. Фармацевтичний менеджмент. Практикум / уклад. Л.М. Унгурян, І.Б. Петкова та ін.; ОНМедУ- Одеса, 2019, 100с.
2. Фармацевтичний маркетинг. Практикум / уклад. Л.М. Унгурян, І.Б. Петкова та ін.; ОНМедУ- Одеса, 2019, 120с.
3. Ціноутворення: теорія та практикум. Навчальний посіб. / Є.Я. Агєєв, Т.В. Шахматова - 2018. -376 с.
4. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник рекомендовано МОН України. / уклад. І.Л.Литовченко -2017.- 184 с.

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

5. Інтернет у маркетингу. Підручник затверджений МОН України/уклад. І.В.Бойчук -2010.- 220с.
6. Ціноутворення: збірник тестових та розрахункових завдань навчальний посібник Рекомендовано МОН України / уклад. Є.Я.Агєєв, Т.В. Шахматова -2018.- с.288
7. Аудит. Навч. посібник. Рекомендовано МОН України / Суха О.Р.-2018.-284 с.
8. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях. Навчальний посібник рекомендовано МОН України / Барановська М.-2013.- 302 с.
9. Міжнародний менеджмент. Навчальний посібник рекомендовано МОН України /Юхименко П.І.-2011.- с.488
10. 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.
11. 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.

Електронні інформаційні ресурси:

1. Законодавство України [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<http://zakon.rada.gov.ua/laws>
2. Нормативно-директивні документи МОЗ України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: /[http:// mozdocs.kiev.ua](http://mozdocs.kiev.ua)
3. Дослідження та аналіз фармацевтичного ринку України. <http://morion.ua>
4. Міністерство охорони здоров'я України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
[http:// www.moz.gov.ua](http://www.moz.gov.ua)
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. Compendium online. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://compendium.com.ua/bad/>.
8. Еженедельник «Аптека» [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.apteka.ua/>.
9. Пошукова база ліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tabletki.ua/uk/>.
10. Пошукова база ліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://likicontrol.com.ua/>.
11. Пошукова база Medscape [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Medscape
<https://www.medscape.com/pharmacists>.
12. Регуляторна база НТА України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.hta.ua>

ОЦІНЮВАННЯ

Форми і методи поточного контролю: усний (опитування), тестування, оцінювання виконання практичних вправ, оцінювання комунікативних навичок, розв'язання ситуаційних клінічних завдань, оцінювання активності на занятті та самостійної роботи здобувачів.

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

Критерії поточного оцінювання на практичному занятті

Оцінка	Критерії оцінювання
Відмінно «5»	Здобувач бере активну участь у практичному занятті; демонструє глибокі знання, дає повні та детальні відповіді на запитання; бере активну участь у обговоренні проблемних ситуацій, користується додатковою навчально-методичною та науковою літературою; вміє сформулювати своє ставлення до певної проблеми; висловлює власні міркування, наводить доцільні практичні приклади; вміє знаходити найбільш адекватні форми розв'язання суперечностей. Тестові завдання виконані в повному обсязі, всі 100% відповідей на запитання є правильними, відповіді на відкриті питання – повні та обґрунтовані. Здобувач вільно вирішує ситуаційні завдання, впевнено демонструє практичні навички за темою заняття та вірно інтерпретує отримані дані, висловлює власну думку з теми завдання, демонструє творче мислення.
Добре «4»	Здобувач бере участь у практичному занятті; добре володіє матеріалом; демонструє необхідні знання, але дає відповіді на запитання з деякими помилками; бере участь у обговоренні проблемних ситуацій, користується основною навчально-методичною та науковою літературою; висловлює власну думку з розв'язання практичних ситуацій з теми заняття. Тестові завдання виконані в повному обсязі, не менш ніж 80% відповідей на запитання є правильними, відповіді на відкриті питання - загалом правильні, проте наявні деякі помилки у визначеннях. Здобувач вірно вирішує ситуаційні завдання, але допускає незначні неточності та демонструє більш стандартизовані практичні навички за темою заняття при вірній інтерпретації отриманих даних, висловлює власну думку з теми завдання, демонструє критичне мислення.
Задовільно «3»	Здобувач іноді бере участь у практичному занятті; частково виступає і задає питання; допускає помилки під час відповідей на запитання; показує пасивну роботу на практичних заняттях; показує фрагментарні знання понятійного апарату і літературних джерел. Тестування виконано в повному обсязі, не менш ніж 50% відповідей є правильними, відповіді на відкриті питання - не логічні, з явними суттєвими помилками у визначеннях. Здобувач не достатньо володіє матеріалом для вирішення ситуаційних завдань, невпевнено демонструє практичні навички за темою заняття та інтерпретує отримані дані з суттєвими помилками, не висловлює свою думку з теми ситуаційного завдання.
Незадовільно «2»	Здобувач не бере участь у практичному занятті, є лише спостерігачем; ніколи не виступає і не задає питання, незацікавлений у вивченні матеріалу; дає неправильні відповіді на запитання, показує незадовільне знання понятійного апарату і літературних джерел. Тестування не виконано. Ситуаційне завдання не виконано.

Форми і методи підсумкового контролю: залік.

Залік, виставляється здобувачу, який виконав усі завдання робочої програми навчальної дисципліни, приймав активну участь у практичних заняттях, виконав індивідуальне завдання та має середню поточну оцінку не менше ніж 3,0 і не має академічної заборгованості.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Самостійна робота з рекомендованою основною та додатковою літературою, з електронними інформаційними ресурсами, підготовка до практичних занять;

Самостійне виконання індивідуального завдання, підготовка доповіді та презентації для захисту індивідуального завдання.

ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:

- Пропуски занять з неповажних причин відпрацьовуються за розкладом черговому викладачу.
- Пропуски з поважних причин відпрацьовуються за індивідуальним графіком з дозволу деканату.
- Перескладання незадовільної оцінки проводиться в дні консультацій і відпрацювань; при дистанційному навчанні – в терміни, визначені й узгоджені з викладачем.

Політика щодо академічної доброчесності:

Обов'язковим є дотримання академічної доброчесності здобувачами, а саме:

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни;
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Неприйнятними у навчальній діяльності для учасників освітнього процесу є:

- використання родинних або службових зв'язків для отримання позитивної або вищої оцінки під час здійснення будь-якої форми контролю результатів навчання або переваг у науковій роботі;
- використання під час контрольних заходів заборонених допоміжних матеріалів або технічних засобів (шпаргалок, конспектів, мікро-навушників, телефонів, смартфонів, планшетів тощо);
- проходження процедур контролю результатів навчання підставними особами.

За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності:

- зниження результатів оцінювання контрольної роботи, оцінки на занятті, заліку тощо;
- повторне проходження оцінювання (контрольної роботи, заліку тощо);
- призначення додаткових контрольних заходів (додаткові індивідуальні завдання, контрольні роботи, тести тощо);
- проведення додаткової перевірки інших робіт авторства порушника.

Політика щодо відвідування та запізнь:

Відвідування всіх видів аудиторних занять (лекцій, практичних занять) є обов'язковим.

Форма одягу: медичний халат, який повністю закриває верхній одяг, або лікарська піжама, шапочка, маска, змінне взуття.

Обладнання: зошит, ручка, методичні вказівки, альбом.

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

Здобувач, який спізнився на заняття, може бути на ньому присутній, але якщо в журналі

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

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 Положенням про академічну доброчесність та етику академічних взаємин в Одеському національному медичному університеті, у відповідності до Кодексу академічної етики та взаємин університетської спільноти Одеського національного медичного університету, Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у науково-дослідній та освітній роботі здобувачів вищої освіти, науковців та викладачів Одеського національного медичного університету.