ОНМедУ

Вибіркова дисципліна

Маркетингові дослідження у фармації

Кафедра організації та економіки фармації з післядипломною підготовкою

Формат та структура курсу

3,0

Кредити ЄКТС

90

Годин загалом

40 / 50

Практичні / Самостійна робота

Аналіз фармринку
(Вторинні дані, структура, динаміка)



Конкурентне середовище
(Бенчмаркінг, карти позиціонування)



Бренд-менеджмент
(Атрибути товару, лояльність)



Цифрові інструменти
(Web analytics, CRM, ШІ)



Навчання, орієнтоване на практику



Робота з реальними даними

Замість сухої теорії — аналіз актуальних баз даних, формування масивів та статистична обробка реальної ринкової інформації.



Сучасний інструментарій

Застосування кількісних та якісних методів, інтеграція цифрових технологій та розуміння ролі штучного інтелекту в аналітиці.



Прикладний фокус кафедри

Моделювання реальних бізнес-ситуацій, розв'язання кейсів та менторський супровід викладачів із фокусом на фармацевтичний ринок.

Інтеграція в екосистему охорони здоров'я

Опануйте роботу з інформаційними ресурсами, на які спираються провідні фармацевтичні компанії.



Ваш професійний інструментарій

Дослідження ринку

- Аналіз структурних змін, сезонності та виявлення ринкових тенденцій.

Конкурентна розвідка

- Багатокритеріальний аналіз конкурентів, побудова профілів та карт позиціонування.

Аналіз асортименту

- Формування вибірки, ABC-аналіз та оцінка характеристик фармацевтичного товару.

Цифрові компетенції

- Дизайн досліджень, робота з Web analytics, опитуваннями та CRM-даними.

Траєкторія кар’єри у практичній фармації



Фармацевтичний аналітик

[Data Analytics] [Forecasting]

Маркетолог у фармації

[Consumer Behavior] [Digital]

Бренд-менеджер

[Positioning] [Brand Tracking]

Керівник аптечної мережі

[Assortment] [Competitor Benchmarking]

Підсумок та наступні кроки

Форма контролю: Залік

Оцінювання на основі поточної успішності, виконання практичних завдань та активності на заняттях.



Інвестуйте у свою експертність.

oef@onmedu.edu.ua