МАРКЕТИНГ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПОСЛУГ

Одеський національний медичний університет.
Кафедра організації та економіки фармації з післядипломною підготовкою.



3,0 кредити ЄКТС | 90 годин загалом | 30 год практичних занять | 60 год СРС | **0 годин лекцій**

Споживач

- Специфіка фармпослуг.
- Сегментація споживачів (поведінкова та ціннісна).
- Психологія та виявлення прихованих потреб.

Дизайн досвіду

- Ціннісна пропозиція (Value Proposition).
- Проєктування клієнтського шляху (Customer Journey Map).
- Service Design у фармації.

Технології та лояльність

- Customer Experience (CX) та якість сервісу.
- Сучасні програми лояльності.
- Цифровий та омніканальний маркетинг.

Експертиза та підходи кафедри

Поєднання фундаментальних академічних знань із реальними трендами сучасної практичної фармації. Ми навчаємо тому, що працює сьогодні.



100% практичний фокус

Робота над реальними бізнес-кейсами аптечних мереж та фармкомпаній.



Ситуаційне моделювання

Відпрацювання управлінських та маркетингових рішень у безпечному середовищі.



Інтерактивність

Дискусії, командні проєкти та брейнштормі замість монотонного написання конспектів.

Трансформація фармації: чому виник цей курс?

Минуле vs Сьогодення та Майбутнє

Вектор минулого: Аптека як місце продажу

- Фокус суто на товарі (лікарських засобах).
- Транзакційні, одноразові відносини.
- Конкуренція переважно за рахунок ціни.
- Взаємодія виключно у фізичній аптеці.

Вектор сьогодення: Сервісне середовище

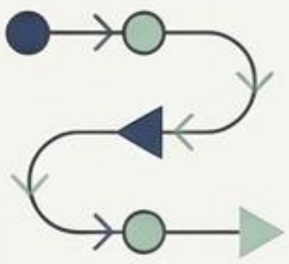
- Фокус на пацієнті (пацієнтоорієнтованість).
- Побудова довгострокової довіри та лояльності.
- Створення додаткової цінності через сервіси.
- Цифровізація (CRM, онлайн-сервіси, омніканальність).

Якими бізнес-інструментами ви оволодієте



Створення Customer Persona

Формування детального портрета споживача для конкретної фармацевтичної послуги.



Побудова Customer Journey Map

Картування клієнтського шляху, виявлення критичних точок контакту та усунення «больових бар'єрів».



Розробка Value Proposition

Створення унікальних ціннісних пропозицій, які відрізнятимуть ваш сервіс від конкурентів.



Оцінка Customer Experience (CX)

Вимірювання рівня задоволеності, лояльності та проєктування архітектури додаткових послуг.

Кар’єрні перспективи у практичній фармації та бізнесі

Випускник курсу з компетенціями сервіс-дизайну

Бренд-менеджер фармацевтичних послуг
розробка та запуск нових сервісних продуктів
розробка та запуск нових сервісних продуктів

CX-менеджер в аптечних мережах
управління та вдосконалення клієнтського досвіду

Маркетолог фармацевтичних компаній
просування рішень та омніканальна комунікація

Керівник аптечного закладу / мережі
стратегічне управління сервісом та утримання пацієнтів

Як долучитися до курсу

Action Dashboard

Assessment



Формат контролю — Залік

Оцінка формується на основі вашої поточної роботи над кейсами на практичних заняттях.

Registration

Електронний кабінет

Вибір дисципліни здійснюється через ваш персональний електронний кабінет студента ОНМедУ.

Contact

Залишилися питання?

Кафедра організації та економіки фармації з післядипломною підготовкою:
oef@onmedu.edu.ua