ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра організації та економіки фармації з післядипломною підготовкою

ВК МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦІЇ

Стратегії позиціонування та розвитку фармацевтичних підприємств на глобальному ринку

Глобальний ринок

Маркетинг 4P

Digital & CRM

Вибіркова дисципліна
Обсяг: 3,0 кредити ЄКТС (90 год: 30 год практ. / 60 год СРС)
Форма підсумкового контролю: залік



Опис та мета навчальної дисципліни

Предмет вивчення

Відносини суб'єктів міжнародного фармацевтичного ринку в процесі глобальної маркетингової діяльності та ЗЕД.

Мета курсу

Формування системних знань щодо стратегічного управління та адаптації маркетингу фармкомпаній на міжнародній арені.

Ключові завдання

Вивчення макро- та мікросередовища, аналіз факторів впливу, проведення міжнародних досліджень та сегментація ринків.

Нормативні стандарти

Застосування правил «Інкотермс», міжнародних норм ВООЗ, FDA, регуляторних актів ЄС та норм етики.

Чому саме наша кафедра: Академічні стандарти та підтримка

Академічний досвід

Викладання здійснюється фахівцями Кафедри організації та економіки фармації з післядипломною підготовкою ОНМедУ з глибоким практичним досвідом.

Сучасна комунікація

Гнучкий формат взаємодії через MS Teams, Viber, Telegram, WhatsApp та корпоративну пошту. Оперативний зворотний зв'язок.

Прозорість оцінювання

Чіткі критерії поточного контролю (усна відповідь, тестування, ситуаційні задачі). Підсумковий залік за середнім балом.

Академічна доброчесність

Повага до авторських прав, об'єктивність, підтримка самостійної творчої та аналітичної роботи здобувачів вищої освіти.

Зміст навчальної програми: 5 ключових модулів

Тема 1

Основи фармацевтичного маркетингу та світовий ринок

Макросередовище, мотиви ЗЕД, регулювання, Інкотермс, роль глобальних корпорацій.

Тема 2

Методи та форми виходу на ринки

Оцінка привабливості країн, спільні підприємства, сегментація та стратегії входу.

Тема 3

Міжнародний маркетинговий комплекс (4P)

Товарна і цінова політика, стандартизація та адаптація, захист від фальсифікату.

Тема 4

Товаророзподіл, логістика та комунікації

Канали збуту, транспортування, цифрові комунікації та регулювання реклами в ЄС.

Тема 5

Функціонування фармацевтичних представництв

Медичні представники, CRM-системи, персональні продажі та оцінка ефективності.

Що ви здобудете під час навчання?

01. Аналіз та сегментація

Проводити комплексні дослідження міжнародних ринків, сегментацію та вибір цільових країн для виходу.

02. Стратегічне планування

Розробляти та обґрунтовувати міжнародний комплекс маркетингу (товар, ціна, збут, комунікація).

03. Цифрові інструменти & CRM

Застосовувати digital-маркетинг, брендинг та CRM-системи для просування фармацевтичної продукції.

04. Менеджмент представництв

Планувати роботу медичних представників, контролювати ефективність та використовувати аналітику.

Організація освітнього процесу та оцінювання

Форми та методи занять

Практичні заняття (30 год):

Обговорення, ситуаційні завдання, комп'ютерне тестування.

Самостійна робота (60 год):

Опрацювання літератури, нормативних джерел та аналіз кейсів.

Сучасна комунікація

Платформи MS Teams:

Проведення онлайн-занять та обмін навчальними матеріалами.

Месенджери & E-mail:

Швидкий зв'язок через Viber, Telegram, Whats App та електронну пошту.

Оцінювання & Залік

Поточний контроль:

Опитування, розв'язання ситуаційних задач та тестовий контроль.

Умови заліку:

Середній бал успішності ≥ 3,0 без підсумкового іспитового стресу.

Кар'єрний вектор у практичній фармації

01

Фахівець із міжнародного маркетингу

Розробка стратегій виходу вітчизняних та закордонних фармацевтичних компаній на нові глобальні ринки.

02

Менеджер фармацевтичних представництв (ТНК)

Планування та управління діяльністю представництв транснаціональних корпорацій в Україні.

03

Brand Manager & Digital Specialist

Управління брендами лікарських засобів, просування через CRM та цифрові канали.

04

Аналітик зовнішньоекономічної діяльності

Оцінка привабливості ринків, регуляторних ризиків та аналіз конкурентного середовища.

Чому варто обрати дисципліну «Міжнародний маркетинг у фармації»?

Глобальні компетенції

Оволодіння сучасними інструментами, які затребувані у міжнародних та провідних українських фармкомпаніях.

Практичний фокус

Розбір реальних кейсів зовнішньої економічної діяльності, вивчення міжнародного регулювання та аналіз практичних маркетингових рішень.

Комфортна атмосфера

Академічна доброчесність, прозора оцінка без іспитового стресу та постійна підтримка викладачів.

Обирайте вибіркову дисципліну «Міжнародний маркетинг у фармації»!

Кафедра організації та економіки фармації з післядипломною підготовкою | E-mail: oef@onmedu.edu.ua