

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

Силабус навчальної дисципліни
«Фармацевтичний менеджмент та маркетинг»

Обсяг навчальної дисципліни	Загальна кількість годин на дисципліну: 180 годин, 6 кредитів ЄКТС.
Дні, час, місце проведення навчальної дисципліни	За розкладом занять. Кафедра організації та економіки фармації з післядипломною підготовкою м. Одеса, вул. О. Вадатурського, буд. 37, 2-й поверх
Викладач (-і)	завідувач кафедри, к.фарм.н., доц., Оксана БЄЛЯЄВА старший викладач Ірина ЯЦУК
Контактна інформація	E-mail: irina.yashchuk@onmedu.edu.ua Консультації: з 14.30 до 16.00 щовівторка, з 09.00 до 13.00 щосуботи

КОМУНІКАЦІЯ

Комунікація зі здобувачами вищої освіти 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

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

Мета вивчення дисципліни – 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 дисципліни:

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 повинен:

Знати:

- основи системи права і фармацевтичного законодавства;
- основні механізми державного регулювання фармацевтичної діяльності;

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

- 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 аптечної 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 аптечного підприємства,
- порядок розрахунку фінансових результатів діяльності аптек: торгіві накладення, прибутку, рентабельності.
- поняття про податки, їх види та принципи оподаткування аптечних підприємств;
- ціноутворення на медикаменти;
- аналіз та розрахунок витрат аптеки;
- товарний звіт та звіт про фінансово-господарську діяльність аптеки;
- господарські засоби аптечних підприємств, їх класифікація;
- джерела фінансування обігових засобів.
- підходи 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;

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

- 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-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;

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

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

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Форми і методи навчання.

Форми навчання. Дисципліна буде викладатись у формі лекційних занять, практичних занять, організації самостійної роботи здобувачів.

Консультації – індивідуальні.

Методи навчання:

Лекції: проблемні лекції, лекції-візуалізації, розповідь, пояснення, бесіда, інструктаж, дискусія, диспут, обговорення проблемних ситуацій, ситуаційне навчання, ілюстрація (у т. ч. мультимедійні презентації), демонстрація, презентація результатів власних досліджень.

Практичні заняття: бесіда, рольові ігри, вирішення ситуаційних задач, кейсів, розв'язання розрахункових задач, відпрацювання навичок аналізу фармацевтичного ринку, відпрацювання навичок розрахунку кон'юктури ринку, відпрацювання навичок ціноутворення на ЛЗ та медичні вироби, тренувальні вправи з оформлення та розробки різних видів промоції лікарських засобів та медичних виробів.

Самостійна робота: самостійна робота з рекомендованою основною та додатковою літературою, з електронними інформаційними ресурсами, самостійна робота з банком тестових завдань Крок-2.

Зміст навчальної дисципліни

Тема №1. Теоретичні основи менеджменту.

Значення і поняття менеджменту. Еволюція управлінської теорії. Особливості менеджменту у фармації. Підходи до управління. Процес управління. Рівні управління: інституціональний, управлінський, технічний. Управління фармацевтичною системою на сучасному етапі. Зарубіжні моделі управління: американська, японська та європейська.

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

Тема №2. Організація як об'єкт управління.

Поняття організації в теорії менеджменту, вимоги до організації. Загальні риси організації. Внутрішні змінні аптечних підприємств та їх взаємозв'язок. Зовнішнє середовище організації.

Фактори прямої дії зовнішнього середовища. Середовище непрямої дії. Експорт, імпорт, ліцензування, спільні підприємства, прямі капіталовкладення - засоби проникнення на міжнародні ринки.

Тема №3. Менеджмент та успішне управління. Влада та лідерство у фармацевтичних організаціях.

Складові успішної діяльності фармацевтичної організації. Ефективна організація праці в аптечних підприємствах. Діяльність керівника. Вимоги до успішного менеджера. Самоменеджмент. Функції і організація роботи завідувача аптеки. Система методів управління. Влада. Лідерство.

Тема №4. Функції управління.

Планування як функція управління. Організаційний процес: формування і розвиток. Види організаційної структури підприємств фармацевтичного профілю, послідовність розробки організаційної структури. Види організаційних структур. Змістовні та процесуальні теорії мотивації. Мотивація в системі фармацевтичних та аптечних підприємств. Сутність, види, етапи контролю діяльності організації. Складові успішного контролю.

Тема №5. Управління процесом прийняття рішень.

Загальна характеристика управлінських рішень. Вимоги до управлінських рішень. Підходи, моделі (фізична, аналогова, математична), методи прийняття рішень. Етапи прийняття і реалізації управлінського рішення. Делегування повноважень та відповідальність.

Тема №6. Комунікативні процеси в управлінні. Менеджмент та діловодство фармацевтичних компаній.

Поняття і види комунікацій. Основні елементи та етапи комунікативного процесу. Перешкоди в організаційних та міжособистісних комунікаціях та способи їх подолання. Форми і організація ділового спілкування. Поняття, призначення та класифікація документів як джерела управлінської інформації. Роль діловодства в управлінні. Документообіг фармацевтичних організацій. Етапи документообігу.

Тема №7. Менеджмент і підприємництво.

Господарська та підприємницька діяльність. Принципи та організаційні форми підприємництва. Види та форми підприємницької діяльності. Державна реєстрація та ліцензування підприємництва. Особливості підприємницької діяльності у фармації. Бізнес і соціальна відповідальність. Форми виявлення соціальної відповідальності підприємця. Етика бізнесу.

Тема №8. Управління трудовими ресурсами фармацевтичної галузі та персоналом організації. Характеристика трудових ресурсів та персоналу організації. Проблеми зайнятості кадрів. Кадровий менеджмент. Контролінг персоналу. Кадровий маркетинг. Планування трудових ресурсів. Набір і відбір персоналу. Рух і облік кадрів. Плинність кадрів. Ротація фармацевтичних кадрів. Підготовка фармацевтичних кадрів

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

в Україні, підвищення кваліфікації провізорів. Групова динаміка в системі фармацевтичних та аптечних підприємств.

Тема №9. Регулювання трудових відносин.

Кодекс законів України про працю. Основні трудові права та обов'язки працівників. Колективний договір: зміст, реєстрація, контроль за виконанням зобов'язань. Трудовий договір. Контракт. Робочий час і час відпочинку. Правове регулювання заробітної плати. Гарантійні та компенсаційні виплати. Трудова дисципліна. Трудовий стаж, його значення, види, порядок обчислення.

Тема №10. Оцінка ефективності діяльності організації та управління.

Оцінка діяльності організації: критерії економічної ефективності, підходи до вивчення організаційної ефективності. Показники платоспроможності підприємства: абсолютна ліквідність, проміжне покриття, поточна ліквідність. Ділова активність, показники оцінки прибутковості господарської діяльності. Ефективність управління організацією

Тема №11. Основні концепції фармацевтичного маркетингу. Процес управління фармацевтичним маркетингом.

Значення маркетингу в сучасних умовах. Визначення та основні складові маркетингу. Особливості фармацевтичного маркетингу. Основні елементи комплексу маркетингу. Принципи маркетингу. Функції маркетингу. Організаційна структура маркетингових служб. Моделі організації служб маркетингу.

Тема №12. Маркетингові дослідження та інформація. Вивчення ринку лікарських засобів.

Мета, об'єкти та методи маркетингових досліджень. Основні напрямки маркетингових досліджень. Методи дослідження в маркетинзі. Етапи маркетингових досліджень. Значення фармацевтичної маркетингової інформації. Вивчення ринку лікарських засобів. Кількісні характеристики ринку. Вивчення попиту та пропозиції товару.

Тема №13. Товар у системі маркетингу. Асортиментна політика фармацевтичних і аптечних підприємств.

Маркетингова концепція товару. Класифікація товарів. Класифікація лікарських засобів, виробів медичного призначення. Життєвий цикл товару. Маркетингова діяльність на етапах життєвого циклу товару. Позиціонування товару. Конкурентоспроможність товару. Асортиментна політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Товарний асортимент, його основні характеристики

Тема №14. Товарна та інноваційна політика фармацевтичних підприємств. Загальні поняття товарної політики, її завдання. Напрямки реалізації товарної політики фармацевтичних підприємств. Маркетингова стратегія та тактика підприємств. Основні моделі прийняття стратегічних рішень. Базові стратегії охоплення ринку. Товарна марка: поняття, основні види, функції. Товарний знак, його роль у формуванні іміджу підприємства. Бренд.

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

Процес розробки нового товару. Оригінальні (інноваційні) лікарські препарати. Препарати-генерики, їх переваги.

Тема №15. Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств.

Теоретичні основи ринкового ціноутворення. Характеристика ціни з позиції маркетингу. Основні функції ціни. Класифікація цін. Фактори ціноутворення. Типи ринків. Попит, пропозиція та ціна. Закони попиту та пропозиції. Цінова еластичність попиту та пропозиції. Фактори, що впливають на еластичність попиту на лікарські засоби. Фактори, що впливають на величину пропозиції товару. Ринкова рівновага. Цінова політика підприємства. Стратегії ціноутворення.

Тема №16. Збутова діяльність фармацевтичних підприємств.

Поняття товаророзподілу (збуту). Збутова політика підприємств. Причини існування та розвитку збутової діяльності, її завдання. Канали товаророзподілу(збуту), їх функції. Структура каналів товаророзподілу. Підходи до вибору кількості посередників на кожному рівні каналу товаророзподілу. Методи та системи збуту. Поняття, види та правила логістики.

Тема №17. Маркетингова політика комунікацій.

Комплекс маркетингових комунікацій та його формування. Планування маркетингових комунікацій. Особливості цільової аудиторії фармацевтичних виробничих та оптово-роздрібних підприємств. Стратегія прощтовхування і стратегія залучення споживача до товару. Особливості та завдання формування попиту на лікарські засоби. Засоби маркетингових комунікацій на етапах ЖЦТ.

Тема № 18. Реклама у системі фармацевтичного маркетингу.

Реклама та її роль в комунікативній політиці підприємств. Основні напрямки та ролі реклами. Завдання товарної реклами. Класифікація реклами, види і засоби (канати) реклами. Вимоги, що висуваються до реклами. Складові процесу реклами. Функції та особливості реклами. Особливості реклами лікарських засобів. Методи планування рекламного бюджету. Оцінка ефективності рекламних заходів.

Тема №19. Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій.

Стимулювання: покупці, посередники, продавці. Персональний продаж, його переваги.

Поняття і сутність паблік рилейшнз. Мерчандайзинг в аптеках підприємствах

Тема №20. Маркетинговий контроль та міжнародний маркетинг у фармації

Система маркетингового контролю. Мета та основні об'єкти маркетингового контролю. Складові системи маркетингового контролю. Напрямки та етапи маркетингового контролю на підприємстві. Стратегічний контроль та ревізія маркетингу. Етапи проведення маркетингової ревізії (аудиту).

Перелік рекомендованої літератури:

Основна:

1. 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.
2. Менеджмент і маркетинг у фармації. Навчально - метод. посіб. / уклад. О.Г. Чирва, О.В. Гарматюк; МОН України, УДПУ . – Умань: Візаві, 2018. – 217 с.
3. Практикум з маркетингу. Навч. посіб. / уклад А.Я. Агеев - 2018.-с.496

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

4. Ціноутворення: збірник тестових та розрахункових завдань навчальний посібник Рекомендовано МОН України / уклад. Є.Я.Агєєв, Т.В. Шахматова -2018.- с.288
5. 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.
6. Pharmaceutical Law and Legislation : the textbook for applicants for higher education / A.A. Kotvitskaya, I.V. Kubarieva, A.V. Volkova et al. Kharkiv : NUPh : Golden Pages, 2019.204 p.

Додаткова:

1. Ціноутворення: теорія та практикум. Навчальний посіб. / Є.Я. Агєєв, Т.В.Шахматова 2018. -376 с.
2. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник рекомендовано МОН України. / уклад. І.Л.Литовченко -2017.- 184 с.
3. Інтернет у маркетингу. Підручник затверджений МОН України/уклад. І.В.Бойчук - 2010.- 220с. 15. Методи стимулювання продажів в торгівлі. Навчальний посібник / уклад. М.Л. Смагильчук -2018.-300 с.
4. Аудит. Навч. посібник. Рекомендовано МОН України / Суха О.Р.-2018.-284 с.
5. Інформаційний менеджмент. Навч. посібник. Рекомендовано МОН України /Кобилін А. М., Самородов Б. В.-2018. - 216 с.
6. Конфліктологія та теорія переговорів Навчальний посібник рекомендовано МОН України / Яхно Т.П.-2018. 168 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. Державний формуляр лікарських засобів. Випуск дванадцятий. / МОЗ України, 2020. – /Інтернет ресурс - <http://www.moz.gov.ua/ua/portal/>
4. Державний реєстр лікарських засобів України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.drlz.com.ua/ibp/ddsite.nsf/all/shlist?opendocument>.
5. Compendium online. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://compendium.com.ua/bad/>.
6. Щотижневик «Аптека» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.apteka.ua/>.
7. Пошукова база ліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tabletki.ua/uk/>.
8. Пошукова база ліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://likicontrol.com.ua/>.
9. Пошукова база Medscape [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Medscape <https://www.medscape.com/pharmacists>.

ОЦІНЮВАННЯ

Форми і методи поточного контролю:

Поточний контроль: усне опитування, тестування (бланкове або комп'ютерне), контрольні письмові роботи, оцінювання виконання індивідуальних завдань, оцінювання розв'язання розрахункових задач, оцінювання виконання практичних навичок,

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

оцінювання комунікативних навичок під час рольової гри, розв'язання ситуаційних/кейс завдань, оцінювання активності на занятті.

Підсумковий контроль: іспит.

Оцінювання поточної навчальної діяльності на практичному занятті:

1. Оцінювання теоретичних знань з теми заняття:
 - методи: опитування, вирішення ситуаційної задачі
 - максимальна оцінка – 5, мінімальна оцінка – 3, незадовільна оцінка – 2.
 2. Оцінка практичних навичок з теми заняття:
 - методи: оцінювання правильності виконання практичних навичок
 - максимальна оцінка – 5, мінімальна оцінка – 3, незадовільна оцінка – 2.
- Оцінка за одне практичне заняття є середньоарифметичною за всіма складовими і може мати лише цілу величину (5, 4, 3, 2), яка округлюється за методом статистики.

Критерії поточного оцінювання на практичному занятті

Оцінка	Критерії оцінювання
Відмінно «5»	Здобувач вільно володіє матеріалом, бере активну участь в обговоренні та вирішенні ситуаційної/кейс задачі, впевнено демонструє практичні навички з теми заняття, висловлює свою думку з теми заняття
Добре «4»	Здобувач добре володіє матеріалом, бере участь в обговоренні та вирішенні ситуаційної/кейс задачі, демонструє певні практичні навички з теми заняття з деякими помилками, висловлює свою думку з теми заняття.
Задовільно «3»	Здобувач недостатньо володіє матеріалом, невпевнено бере участь в обговоренні та вирішенні ситуаційної/кейс задачі, демонструє практичні навички з теми заняття з суттєвими помилками.
Незадовільно «2»	Здобувач не володіє матеріалом, не бере участь в обговоренні та вирішенні ситуаційної/кейс задачі, не демонструє практичні навички з теми заняття

До підсумкового контролю допускаються лише ті здобувачі, які виконали вимоги навчальної програми з дисципліни, не мають академічної заборгованості, їх середній бал за поточну навчальну діяльність з дисципліни становить не менше 3,00.

Оцінювання результатів навчання здобувачів під час підсумкового контролю – усного стандартизованого іспиту.

Методика проведення усного стандартизованого іспиту є уніфікованою, прозорою та передбачає використання стандартизованих форм. Кількість питань, які виносяться на усний стандартизований іспит відповідає обсягу кредитів, відведених на вивчення навчальної дисципліни

Форма екзаменаційного білету є стандартизованою та складається зі структурних елементів (складників). Екзаменаційний білет може складатися тільки з теоретичних питань або з додаванням ситуаційної задачі. В кожному білеті може бути від 3 до 5 питань. Питання є короткими, простими, зрозумілими, чіткими та прозорими, складене

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

таким чином, що повна відповідь на нього триває не більше 5 хвилин. Таймінг усного структурованого іспиту є стандартним – не більше 30 хвилин.

До кожного питання складається чек - лист (еталон відповіді), який передбачає ключові моменти, обов'язкові для надання повної відповіді на поставлене запитання. До кожного еталону відповіді вказується літературне джерело зі сторінками.

Під час проведення усного структурованого іспиту здобувач бачить питання, викладач – чек-лист з еталонними відповідями та визначає, які складові були названі або не названі здобувачем.

Загальна оцінка за усний структурований іспит складається як середньо арифметична всіх отриманих оцінок за відповіді на поставлені питання (в т.ч. ситуаційні задачі).

Складений пакет документів для усного структурованого іспиту: перелік питань, еталони відповідей (чек листи), рецензується на предметній цикловій методичній комісії.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

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

Самостійна робота здобувачів полягає в опрацюванні матеріалу, а також в підготовці до виконання та захисту практичних робіт, підготовки до поточних та підсумкового контролю, виконанні тренувальних тестів, пошуку інформації з літературних джерел і мережі Internet.

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-наушників, телефонів, смартфонів, планшетів тощо);

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

- проходження процедур контролю результатів навчання підставними особами.
За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності:
- зниження результатів оцінювання індивідуального опитування, виконання тестових завдань, оцінки за розв'язання ситуаційних завдань, виконання індивідуального завдання, заліку тощо;
- повторне проходження оцінювання (тестових завдань, ситуаційних завдань, індивідуального завдання, заліку тощо);
- призначення додаткових контрольних заходів (додаткові ситуаційні завдання, індивідуальні завдання, тести тощо);
- проведення додаткової перевірки інших робіт авторства порушника.

Політика щодо відвідування та запізнь:

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

Використання будь-яких мобільних пристроїв заборонено. При порушенні даного пункту здобувач має покинути заняття та в журналі викладач ставить «нб», яку він повинен відпрацювати у загальному порядку.

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.