

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра організації та економіки фармації з післядипломною  
підготовкою  
(назва кафедри)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Проректор з науково-педагогічної роботи  
Г. Олександр БУРЯЧКІВСЬКИЙ  
«01» вересня 2024 року



**РОБОЧА ПРОГРАМА З ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ  
«ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ»**

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Галузь знань: 22 «Охорона здоров'я»

Спеціальність: 226 «Фармація, промислова фармація»

Освітньо-професійна програма: «Фармація, промислова фармація»

Робоча програма складена складена на основі освітньо-професійної програми «Фармація» підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація» галузі знань 22 «Охорона здоров'я», ухваленою Вченою Радою ОНМедУ (протокол №10 від 27 червня 2024 року).

Розробники:

д.фарм.н., проф. Ліана УНГУРЯН

к.фарм.н., доц. Оксана БЄЛЯЄВА

ст. викл. Ірина ЯЦУК

ст.викл. Христина ВОЛОЩУК

ст.викл. Оксана СТЕПАНОВА

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри організації та економіки фармації з післядипломною підготовкою

Протокол № 1 від «29» серпня 2024 р.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

(підпис)

Оксана БЄЛЯЄВА

(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Погоджено із гарантом ОПІ \_\_\_\_\_

(підпис)

Ліана УНГУРЯН

(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Схвалено предметною цикловою методичною комісією з фармацевтичних дисциплін ОНМедУ

Протокол №1 від « 30 » серпня 2024 р.

Голова предметної циклової методичної комісії з фармацевтичних дисциплін ОНМедУ \_\_\_\_\_

Наталя ФІЗОР

Переглянуто та затверджено на засіданні кафедри \_\_\_\_\_

Протокол № \_\_\_\_ від “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

(підпис)

(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Переглянуто та затверджено на засіданні кафедри \_\_\_\_\_

Протокол № \_\_\_\_ від “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

(підпис)

(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

## 1. ОПИС ПРАКТИКИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, рівень вищої освіти	Характеристика практики
Загальна кількість: Кредитів: 4,0 Годин: 120	Галузь знань <u>22 «Охорона здоров'я»</u>	Денна форма навчання Заочна форма навчання Обов'язкова освітня компонента
	Спеціальність <u>226 «Фармація, промислова фармація»</u>	Рік підготовки: 5
	Спеціалізація <u>226.01 «Фармація»</u>	Семестр X
	Рівень вищої освіти <u>другий (магістерський)</u>	Лекції ( 0 год)
		Семінарські (0 год)
		Практичні (денна -60 год, заочна- 4 год)
		Лабораторні (0 год)
		Самостійна робота (денна -60 год, заочна - 116 год) у т.ч. індивідуальні завдання (0 год.)
		Форма підсумкового контролю – диференційний залік

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ПРАКТИКИ, КОМПЕТЕНТНОСТІ, ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

**Мета:** формування в здобувачів вищої фармацевтичної освіти комплексу фахових компетентностей щодо створення цілісної системи успішного управління фармацевтичною організацією, у т.ч. необхідних для провадження ефективної маркетингової діяльності.

**Завдання:** Формування у здобувачів вищої фармацевтичної освіти професійних знань, умінь та уявлень щодо створення цілісної, ефективної та гнучкої системи управління фармацевтичною організацією в умовах постійно змінюваного ринкового середовища; ознайомлення із застосуванням на практиці механізмів управлінського впливу на колектив працівників в умовах ринкових відносин, вивчення комунікаційних процесів; вивчення стратегії та тактики управлінської діяльності та прийняття рішень; оволодіння методиками дослідження фармацевтичного ринку та аналізу ринкових можливостей фармацевтичного підприємства; дослідження продуктової, цінової, збутової та комунікаційної політик фармацевтичних підприємств.

Процес вивчення освітньої компоненти спрямований на формування елементів наступних компетентностей:

- **загальних (ЗК):**

ЗК 2. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 6. Здатність працювати в команді.

ЗК 9. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 10. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

ЗК 11. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

- **фахових (ФК):**

ФК1. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі фармації у широких або мультидисциплінарних контекстах.

ФК18. Здатність організувати і здійснювати загальне та маркетингове управління асортиментною, товарно-інноваційною, ціновою, збутовою та комунікативною політиками суб'єктів фармацевтичного ринку на основі результатів маркетингових досліджень та з урахуванням ринкових процесів на національному і міжнародному рівнях, управляти ризиками в системі фармацевтичного забезпечення.

ФК23. Здатність розробляти, впроваджувати та застосовувати підходи менеджменту у професійній діяльності аптечних, оптово-посередницьких, виробничих підприємств та інших фармацевтичних організацій, аргументувати принципи HR-менеджменту й самоменеджменту, демонструвати навички лідерства.

ФК25. Здатність продемонструвати та застосовувати у практичній діяльності комунікативні навички спілкування, фундаментальні принципи фармацевтичної етики та деонтології, що засновані на моральних зобов'язаннях та цінностях, етичних нормах професійної поведінки та відповідальності відповідно до Етичного кодексу фармацевтичних працівників України і керівництв ВООЗ.

ФК29. Здатність розробляти та впроваджувати систему управління якістю фармацевтичних підприємств згідно до вимог чинних Стандартів, здійснювати аудит якості та управління ризиками для якості фармацевтичної продукції.

### **Програмні результати навчання (ПРН):**

ПРН 3. Мати спеціалізовані знання та уміння/навички для розв'язання професійних проблем і задач, у тому числі з метою подальшого розвитку знань та процедур у сфері фармації.

ПРН 5. Оцінювати та забезпечувати якість та ефективність діяльності у сфері фармації.

ПРН 6. Розробляти і приймати ефективні рішення з розв'язання складних/комплексних задач фармації особисто та за результатами спільного обговорення; формулювати цілі власної діяльності та діяльності колективу з урахуванням суспільних і виробничих інтересів, загальної стратегії та наявних обмежень, визначати оптимальні шляхи досягнення цілей.

ПРН 9. Формулювати, аргументувати, зрозуміло і конкретно доносити до фахівців і нефхівців, у тому числі до здобувачів вищої освіти інформацію, що базується на власних знаннях та професійному досвіді, основних тенденціях розвитку світової фармації та дотичних галузей.

ПРН 16. Реалізовувати відповідні організаційно-управлінські заходи щодо забезпечення населення і закладів охорони здоров'я лікарськими засобами та іншими товарами аптечного асортименту; здійснювати усі види звітності та обліку в аптечних установах, адміністративне діловодство і товарознавчий аналіз.

ПРН 17. Розраховувати основні економічні показники діяльності аптечних закладів, а також податки та збори. Формувати усі види цін (оптово-відпускні, закупівельні та роздрібні) на лікарські засоби та інші товари аптечного асортименту

ПРН 21. Забезпечувати конкурентоспроможні позиції та ефективний розвиток фармацевтичних організацій, у тому числі з урахуванням результатів маркетингових досліджень і ринкових процесів на національному та міжнародному рівнях.

ПРН 29. Здійснювати професійну діяльність використовуючи інформаційні технології, «Інформаційні бази даних», системи навігації, Internet-ресурси, програмні засоби та інші інформаційно-комунікаційні технології.

ПРН 31. Використовувати методи оцінювання показників якості діяльності; виявляти резерви підвищення ефективності праці.

ПРН 35. Здійснювати управління фармацевтичними організаціями та визначати його ефективність з використанням функцій менеджменту. Приймати управлінські рішення на основі сформованих лідерських та комунікативних здібностей фармацевтичних кадрів щодо стратегічного планування діяльності підприємств.

ПРН 37. Сприяти збереженню здоров'я, зокрема профілактиці захворювань, раціональному призначенню та використанню лікарських засобів. Виконувати сумлінно свої професійні обов'язки, дотримуватися норм законодавства щодо просування та реклами лікарських засобів. Володіти психологічними навичками спілкування для досягнення довіри та взаєморозуміння з колегами, лікарями, пацієнтами, споживачами.

**У результаті проходження практики здобувач вищої освіти повинен:**

**Знати:**

- сучасні тенденції розвитку галузі та аналізувати їх особливості сучасного фахового середовища та професійної діяльності;
- структуру та особливості професійної діяльності;
- знати механізми адаптації та алгоритми дій у новій ситуації;
- сучасні інформаційні та комунікаційні технології;
- знати тактики та стратегії спілкування, закони та способи комунікативної поведінки;
- методи оцінювання якості виконуваних робіт;
- основні підходи менеджменту у професійній діяльності фармацевтичних організацій, принципи HR менеджменту та самоменеджменту;
- нормативно-правову та законодавчу базу України, комплекс належних фармацевтичних практик, які регламентують вимоги до професійної діяльності;
- правові та етичні норми професійної поведінки та відповідальності;
- основні принципи організації загального та маркетингового управління в рамках маркетинг-мікс суб'єктів фармацевтичного ринку;

#### **Вміти:**

- виявляти ініціативу; здійснювати постійний пошук нових можливостей поза межами наявних ресурсів,
- займатися саморозвитком та самореалізацією;
- здійснювати професійну діяльність, що потребує оновлення та інтеграції знань;
- адаптуватися до нової та діяти відповідно до конкретної ситуації;
- застосовувати у практичній діяльності сучасні інформаційні та комунікаційні технології;
- обирати способи та стратегії спілкування для забезпечення ефективної командної роботи;
- забезпечувати якість виконуваних робіт;
- застосовувати набуті знання у практичній діяльності, демонструвати навички лідерства;
- застосовувати знання нормативно-правових, законодавчих актів України та рекомендацій належних фармацевтичних практик у практичній діяльності;
- демонструвати у практичній діяльності комунікативні навички спілкування, формувати й розвивати соціально-трудові відносини;
- проводити маркетингові дослідження та використовувати їх результати для загального та управління маркетинговою діяльністю фармацевтичних організацій;

### **3.ЗМІСТ ПРАКТИКИ**

#### **Тема 1. Ознайомлення з аптечним закладом як організацією.**

Аптека як об'єкт управління. Назва аптеки та юридична адреса фармацевтичного підприємства-засновника. Місцезорештування аптечного закладу та режим роботи (в т.ч. тривалість змін). Організаційно-правова форма та види діяльності аптеки. Характеристика внутрішнього середовища аптеки. Чинники зовнішнього середовища аптеки прямого впливу.

#### **Тема 2. Аналіз функцій і методів менеджменту та стилю керівництва в управлінні аптечним закладом.**

Загальні функції менеджменту та їх практичне використання в управлінні аптечним закладом. Місія та цілі аптечного закладу (коротко-, середньо- та довгострокові). Оцінка та аналіз чинників зовнішнього середовища прямого впливу. Оцінка та аналіз чинників внутрішнього середовища. Формування варіантів стратегій за стадіями життєвого циклу аптечного закладу, за напрямками його можливого розвитку, за характеристиками господарськофінансової діяльності, за термінами реалізації. Оцінка стилю керівництва аптечним закладом. Застосування економічних, адміністративних, соціальнопсихологічних та правових методів в управлінні аптечним закладом.

#### **Тема 3. Аналіз комунікаційних процесів аптечного закладу.**

Характеристика видів комунікацій між структурними підрозділами, із зовнішнім середовищем (постачальниками, споживачами, фінансовими установами, державними органами влади). Використання інформації в управлінні аптечним закладом

#### **Тема 4. Організація роботи з кадрами.**

Організація діловодства в аптечному закладі. Порядок прийому на роботу і звільнення з роботи, ведення особових справ, оформлення трудових книжок, наказів, характеристик. Аналіз ротації та плинності кадрів, їх причини. Характеристика кваліфікації працівників, підвищення кваліфікації.

#### **Тема 5. Вивчення діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку.**

Характеристика фармацевтичного ринку та його функцій. Суб'єкти та об'єкт фармацевтичного ринку. Дослідження постачальників та конкурентів аптечного закладу як суб'єктів ринкової діяльності.

#### **Тема 6. Дослідження продуктової політики аптечного закладу.**

Аналіз асортименту аптечного закладу (ширина, глибина, насиченість, гармонійність, структура, новизна). Асортиментні групи, на яких спеціалізується аптека. Позиціонування ЛЗ за споживчими перевагами. Дослідження конкурентоспроможності ЛЗ.

#### **Тема 7. Цінова політика аптечного закладу.**

Чинники ціноутворення на лікарські засоби. Аналіз ціноутворення в аптечному закладі. Дослідження цінової кон'юнктури фармацевтичного ринку. Визначення доступності лікарських засобів.

#### **Тема 8. Вивчення збутової політики аптечного закладу.**

Варіанти структур каналів розподілу (методів збуту) лікарських засобів. Довжина і ширина традиційних каналів розподілу лікарських засобів. Торгові посередники, з якими співпрацює аптечний заклад.

#### **Тема 9. Комунікаційна політика аптечного закладу.**

Система маркетингових комунікацій аптечного закладу. Чинники, які визначають структуру системи маркетингових комунікацій. Реклама лікарських засобів. „Паблік рилейшнз“ аптечного закладу, персональний продаж і стимулювання збуту лікарських засобів. Мерчандайзинг в аптеках.

#### **Тема 10. Характеристика зовнішніх переваг аптеки.**

Дослідження зовнішніх переваг аптеки (місця розташування, цінової політики, повноти асортименту лікарських засобів, використання принципів фармацевтичної етики, швидкість та якість обслуговування).

### **4. СТРУКТУРА ПРАКТИКИ**

#### *а. денна форма навчання*

<b>Тема</b>	<b>Усього</b>	<b>Практичні заняття</b>	<b>СРЗ</b>
<b>Тема 1.</b> Ознайомлення з аптечним закладом як організацією	12	6	6
<b>Тема 2.</b> Аналіз функцій і методів менеджменту та стилю керівництва в управлінні аптечним закладом.	12	6	6
<b>Тема 3.</b> Аналіз комунікаційних процесів аптечного закладу.	12	6	6
<b>Тема 4.</b> Організація роботи з кадрами.	12	6	6
<b>Тема 5.</b> Вивчення діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку.	12	6	6
<b>Тема 6.</b> Дослідження продуктової політики аптечного закладу.	12	6	6
<b>Тема 7.</b> Цінова політика аптечного закладу.	12	6	6
<b>Тема 8.</b> Вивчення збутової політики аптечного закладу	12	6	6
<b>Тема 9.</b> Комунікаційна політика аптечного закладу.	12	6	6
<b>Тема 10.</b> Характеристика зовнішніх переваг аптеки.	12	4	6
<b>Диф. Залік</b>		2	
<b>Усього годин</b>	120	60	60

#### *б. заочна форма навчання*

Тема	Усього	Практичні заняття	СРЗ
<b>Тема 1.</b> Ознайомлення з аптечним закладом як організацією	10		10
<b>Тема 2.</b> Аналіз функцій і методів менеджменту та стилю керівництва в управлінні аптечним закладом.	12		12
<b>Тема 3.</b> Аналіз комунікаційних процесів аптечного закладу.	12		12
<b>Тема 4.</b> Організація роботи з кадрами.	10		10
<b>Тема 5.</b> Вивчення діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку.	10		10
<b>Тема 6.</b> Дослідження продуктової політики аптечного закладу.	15		15
<b>Тема 7.</b> Цінова політика аптечного закладу.	15		15
<b>Тема 8.</b> Вивчення збутової політики аптечного закладу	10		10
<b>Тема 9.</b> Комунікаційна політика аптечного закладу.	12		12
<b>Тема 10.</b> Характеристика зовнішніх переваг аптеки.	10		10
<b>Диф.залик</b>	4	4	
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>4</b>	<b>116</b>

## 5. ТЕМИ ЛЕКЦІЙНИХ / СЕМІНАРСЬКИХ / ПРАКТИЧНИХ / ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ

### 5.1. Теми лекційних занять

Лекції не передбачені.

### 5.2. Теми семінарських занять

Семінарські заняття не передбачені.

### 5.3. Теми практичних занять

*а. денна форма навчання*

№	Назва теми	К-ть годин
1.	<b>Практичне заняття 1.</b> Аптека як об'єкт управління. Організаційно-правова форма та види діяльності аптеки.	2
2.	<b>Практичне заняття 2.</b> Характеристика внутрішнього середовища аптеки.	2
3.	<b>Практичне заняття 3.</b> Чинники зовнішнього середовища аптеки прямого впливу.	2
4.	<b>Практичне заняття 4.</b> Загальні функції менеджменту та їх практичне використання в управлінні аптечним закладом. Місія та цілі аптечного закладу.	2
5.	<b>Практичне заняття 5.</b> Формування варіантів стратегій за стадіями життєвого циклу аптечного закладу, за напрямками його можливого розвитку, за характеристиками господарсько-фінансової діяльності, за термінами реалізації.	2
6.	<b>Практичне заняття 6.</b> Оцінка стилю керівництва аптечним закладом. Застосування економічних, адміністративних, соціально-психологічних та правових методів в управлінні аптечним закладом.	2
7.	<b>Практичне заняття 7.</b> Характеристика видів комунікацій між структурними підрозділами, із зовнішнім середовищем (постачальниками,	2

	споживачами, фінансовими установами, державними органами влади).	
8.	<b>Практичне заняття 8.</b> Використання інформації в управлінні аптечним закладом.	2
9.	<b>Практичне заняття 9.</b> Організація діловодства в аптечному закладі. Порядок прийому на роботу і звільнення з роботи, ведення особових справ, оформлення трудових книжок, наказів, характеристик.	2
10.	<b>Практичне заняття 10.</b> Аналіз ротації та плинності кадрів, їх причини.	2
11.	<b>Практичне заняття 11.</b> Характеристика кваліфікації працівників, підвищення кваліфікації.	2
12.	<b>Практичне заняття 12.</b> Характеристика фармацевтичного ринку та його функцій.	2
13.	<b>Практичне заняття 13.</b> Суб'єкти та об'єкт фармацевтичного ринку.	2
14.	<b>Практичне заняття 14.</b> Дослідження постачальників та конкурентів аптечного закладу як суб'єктів ринкової діяльності.	2
15.	<b>Практичне заняття 15.</b> Аналіз асортименту аптечного закладу (ширина, глибина, насиченість, гармонійність, структура, новизна).	2
16.	<b>Практичне заняття 16.</b> Асортиментні групи, на яких спеціалізується аптека.	2
17.	<b>Практичне заняття 17.</b> Позичування ЛЗ за споживчими перевагами. Дослідження конкурентоспроможності ЛЗ.	2
18.	<b>Практичне заняття 18.</b> Чинники ціноутворення на лікарські засоби.	2
19.	<b>Практичне заняття 19.</b> Аналіз ціноутворення в аптечному закладі.	2
20.	<b>Практичне заняття 20.</b> Дослідження цінової кон'юнктури фармацевтичного ринку.	2
21.	<b>Практичне заняття 21.</b> Визначення доступності лікарських засобів.	2
22.	<b>Практичне заняття 22.</b> Варіанти структур каналів розподілу (методів збуту) лікарських засобів.	2
23.	<b>Практичне заняття 23.</b> Довжина і ширина традиційних каналів розподілу лікарських засобів.	2
24.	<b>Практичне заняття 24.</b> Торгові посередники, з якими співпрацює аптечний заклад.	2
25.	<b>Практичне заняття 25.</b> Система маркетингових комунікацій аптечного закладу.	2
26.	<b>Практичне заняття 26.</b> Чинники, які визначають структуру системи маркетингових комунікацій.	2
27.	<b>Практичне заняття 27.</b> Реклама лікарських засобів. „Паблік рилейшнз“ аптечного закладу, персональний продаж і стимулювання збуту лікарських засобів.	2
28.	<b>Практичне заняття 28.</b> Мерчандайзинг в аптеках.	2
29.	<b>Практичне заняття 29.</b> Дослідження зовнішніх переваг аптеки (місця розташування, цінової політики, повноти асортименту лікарських засобів, використання принципів фармацевтичної етики, швидкість та якість обслуговування).	2
30.	Диференційований залік	2
	<b>Разом</b>	<b>60</b>

*б. заочна форма навчання*

№	Назва теми	К-ть годин
1.	Диференційований залік	4
	<b>Разом</b>	<b>4</b>



## 6. САМОСТІЙНА РОБОТА ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

### а. денна форма навчання

№	Назва теми/ види завдань	К-ть годин
1	Підготовка до практичних занять 1-3	6
2	Підготовка до практичних занять 4-6	6
3	Підготовка до практичних занять 7-9	6
4	Підготовка до практичних занять 10-12	6
5	Підготовка до практичних занять 13-15	6
6	Підготовка до практичних занять 16-18	6
7	Підготовка до практичних занять 19-21	6
8	Підготовка до практичних занять 22-24	6
9	Підготовка до практичних занять 25-27	6
10	Підготовка до практичних занять 28-29	6
	<b>Усього годин</b>	<b>60</b>

### б. заочна форма навчання

№	Назва теми/ види завдань	К-ть годин
1	Підготовка до практичних занять 1-3	10
2	Підготовка до практичних занять 4-6	12
3	Підготовка до практичних занять 7-9	12
4	Підготовка до практичних занять 10-12	10
5	Підготовка до практичних занять 13-15	10
6	Підготовка до практичних занять 16-18	15
7	Підготовка до практичних занять 19-21	15
8	Підготовка до практичних занять 22-24	10
9	Підготовка до практичних занять 25-27	12
10	Підготовка до практичних занять 28-29	10
	<b>Усього годин</b>	<b>116</b>

## 7. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

**Практичні заняття:** усна відповідь у вигляді опитування з теми заняття; тестування (письмове, комп'ютерне) з використанням виключно тестових завдань формату КРОК; виконання практичних завдань згідно Е-Щоденника, моделювання ситуацій, проведення досліджень, пояснення та оцінка їх результатів.

**Самостійна робота:** самостійна робота з підручником, самостійна робота з банком тестових завдань Крок-2, самостійне вирішення практичних завдань. Оформлення Е-щоденника відповідно до «Методичних рекомендацій з оформлення щоденника виробничої практики».

## 8. ФОРМИ КОНТРОЛЮ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ (У Т.Ч. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАКТИКИ)

**Поточний контроль:** усне опитування, тестування, оцінювання виконання практичних навичок, розв'язання ситуаційних завдань, оцінювання активності на занятті.

**Підсумковий контроль:** диференційований залік

**Оцінювання поточної навчальної діяльності на практичному занятті:**

Оцінка практичних навичок з теми практики:

- 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

Відмінно «5»	Здобувач вільно володіє матеріалом, приймає активну участь в обговоренні та вирішенні ситуаційної задачі, впевнено демонструє практичні навички.
Добре «4»	Здобувач добре володіє матеріалом, приймає участь в обговоренні та вирішенні ситуаційної задачі, демонструє практичні навички.
Задовільно «3»	Здобувач недостатньо володіє матеріалом, невпевнено приймає участь в обговоренні та вирішенні ситуаційної задачі, демонструє практичні навички з суттєвими помилками.
Незадовільно «2»	Здобувач не володіє матеріалом, не приймає участь в обговоренні та вирішенні ситуаційної задачі, не демонструє практичні навички.

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

### Оцінювання результатів навчання здобувачів під час підсумкового контролю – диференційованого заліку

Зміст оцінюваної діяльності	Кількість балів
Захист звіту практики	3
Відповідь на теоретичні запитання	2

Шаблон білету до диференційованого заліку:

БІЛЕТ № \_\_\_\_\_

- Надайте звіт по практиці. Здійсніть захист звіту практики.  
Характеристика трудових ресурсів та персоналу організації. Проблеми зайнятості кадрів.  
Життєвий цикл товару. Етапи життєвого циклу товару та їх характеристика. Маркетингова діяльність фармацевтичного підприємства на етапах життєвого циклу товару.

### Критерії оцінювання результатів навчання здобувачів під час підсумкового контролю – диференційованого заліку

Оцінка	Критерії оцінювання
Відмінно «5»	Здобувач освіти правильно, точно і повно виконав всі завдання екзаменаційного білету, чітко і логічно відповів на поставлені екзаменаторами запитання. Ґрунтовно і всебічно знає зміст теоретичних питань, вільно володіє професійною та науковою термінологією. Логічно мислить і будує відповідь, вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичних завдань. При вирішенні ситуаційної задачі правильно інтерпретував вихідні дані, правильно відповідав на всі поставлені питання і переконливо обґрунтував свою точку зору, міг запропонувати та обґрунтувати альтернативний варіант рішення з окремих питань.
Добре «4»	Здобувач освіти достатньо повно виконав всі завдання екзаменаційного білету, чітко і логічно відповів на поставлені екзаменаторами запитання. Достатньо глибоко і всебічно знає зміст теоретичних питань, володіє професійною та науковою термінологією. Логічно мислить і будує відповідь, використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичних завдань. Але при викладанні

	деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускає несуттєві помилки, які усуваються самим здобувачем, коли на них вказує екзаменатор. При вирішенні ситуаційної задачі припускався несуттєвих помилок чи неточностей в інтерпретації вихідних даних, без суттєвих помилок відповідав на всі поставлені питання, повно обґрунтовував свою точку зору, проте пропозиція альтернативного варіанту викликала утруднення.
Задовільно «3»	Здобувач освіти у неповному обсязі виконав всі завдання екзаменаційного білету, відповіді на додаткові та навідні запитання мають нечіткий, розпливчастий характер. Володіє основним обсягом теоретичних знань, неточно використовує професійну та наукову термінологію. Відчуває значні труднощі при побудові самостійної логічної відповіді, у застосуванні теоретичних знань при аналізі практичних завдань. У відповідях мають місце суттєві помилки. При вирішенні ситуаційної задачі з помилками інтерпретував вихідні дані, допускав неточності у відповідях на питання, недостатньо правильно обґрунтовував свої відповіді та трактував формулювання, відчував труднощі у виконанні завдань та пропозиції альтернативних варіантів.
Незадовільно «2»	Здобувач освіти не виконав завдання екзаменаційного білету, у більшості випадків не дав відповіді на додаткові та навідні запитання екзаменаторів. Не опанував основний обсяг теоретичних знань, виявив низький рівень володіння професійною та науковою термінологією. Відповіді на питання є фрагментарними, непослідовними, нелогічними, не може застосовувати теоретичні знання при аналізі практичних завдань. У відповідях має місце значна кількість грубих помилок. При вирішенні ситуаційної задачі не міг інтерпретувати вихідні дані, або допускав у відповідях суттєві помилки; не міг обґрунтувати свої рішення чи робив це не переконливо. Альтернативних варіантів не пропонував.

### 9. Розподіл балів, які отримають здобувачі вищої освіти

Отриманий середній бал за навчальну дисципліну для здобувачів, які успішно опанували робочу програму навчальної дисципліни, конвертується з традиційної чотирибальної шкали у бали за 200-бальною шкалою, як наведено у таблиці:

**Таблиця конвертації традиційної оцінки у багатобальну:**

Традиційна чотирибальна шкала	Багатобальна 200-бальна система
Відмінно («5»)	185 – 200
Добре («4»)	151 – 184
Задовільно («3»)	120 – 150
Незадовільно («2»)	Нижче 120

Багатобальна шкала (200-бальна шкала) характеризує фактичну успішність кожного здобувача із засвоєння освітньої компоненти. Конвертація традиційної оцінки (середній бал за навчальну дисципліну) в 200-бальну виконується інформаційно-технічним відділом Університету.

Відповідно до отриманих балів за 200-бальною шкалою, досягнення здобувачів оцінюються за рейтинговою шкалою ECTS. Подальше ранжування за рейтинговою шкалою ECTS дозволяє оцінити досягнення здобувачів з освітньої компоненти, які навчаються на одному курсі однієї спеціальності, відповідно до отриманих ними балів.

Шкала ECTS є відносно-порівняльною рейтинговою, яка встановлює належність здобувача до групи кращих чи гірших серед референтної групи однокурсників (факультет, спеціальність). Оцінка «А» за шкалою ECTS не може дорівнювати оцінці «відмінно», а оцінка «В» – оцінці «добре» тощо. При конвертації з багатобальної шкали межі оцінок «А», «В», «С», «D», «Е» за шкалою ECTS не співпадають з межами оцінок «5», «4», «3» за традиційною шкалою. Здобувачі, які одержали оцінки «FX» та «F» («2») не вносяться до списку здобувачів,

що ранжуються. Оцінка «FX» виставляється здобувачам, які набрали мінімальну кількість балів за поточну навчальну діяльність, але яким не зарахований підсумковий контроль. Оцінка «F» виставляється здобувачам, які відвідали усі заняття з дисципліни, але не набрали середнього балу (3,00) за поточну навчальну діяльність і не допущені до підсумкового контролю.

Здобувачі, які навчаються на одному курсі (однієї спеціальності), на підставі кількості балів, набраних з дисципліни, ранжуються за шкалою ECTS таким чином:

#### **Конвертація традиційної оцінки з дисципліни та суми балів за шкалою ECTS**

Оцінка за шкалою ECTS	Статистичний показник
A	Найкращі 10% студентів
B	Наступні 25% студентів
C	Наступні 30% студентів
D	Наступні 25% студентів
E	Наступні 10% студентів

#### **10.МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ:**

- Робоча програма практики
- Силабус
- Підручники:
  1. Фармацевтичний менеджмент та маркетинг. Текст лекції / уклад. Л.М. Унгурян, І.Б. Петкова та ін.; ОНМедУ- Одеса, 2020, 220с.
  2. Фармацевтичний менеджмент та маркетинг . Навчальний посібник / уклад. Л.М. Унгурян, І.Б. Петкова та ін. ; ОНМедУ- Одеса, 2018, 160с.
- Щоденник виробничої практики з ФММ
- Електронний банк тестових завдань

#### **11. ПЕРЕЛІК ПРАКТИЧНИХ НАВИЧОК**

1. Обґрунтувати організаційну структуру фармацевтичного закладу, визначити його цілі та завдання.
2. Охарактеризувати взаємозв'язок внутрішніх змінних аптеки.
3. Описувати взаємозв'язок аптечного закладу та його зовнішнього середовища
4. Обґрунтувати оптимальну форму господарювання для аптечного закладу та підготувати засновницькі документи
5. Аналізувати етапи організації та знати порядок документального оформлення заснування фармацевтичного підприємства
6. Охарактеризувати загальні функції управління фармацевтичним підприємством
7. Характеризувати процес підготовки раціонального управлінського рішення
8. Визначити типи організаційних комунікацій. Описувати можливі перешкоди на шляху інформаційного обміну.
9. Здійснити адекватний підбір кадрів з врахуванням їх професійної підготовки, ділових та професійних якостей, визначити функціонально-посадові обов'язки.
10. Обґрунтувати порядок укладання і розривання трудового договору.
11. Обґрунтувати порядок прийому та звільнення працівників, а також ведення трудових книжок.
12. Проводити сегментування ринку, визначити місткість та частку ринку. Визначити потребу в ЛЗ окремих фармакотерапевтичних груп.
13. Визначити асортиментну політику аптечного підприємства та характеризувати асортимент лікарських засобів.
14. Провести позиціонування лікарських засобів на фармацевтичному ринку.
15. Визначити конкурентоспроможність лікарських засобів, представлених на ринку.

16. Побудувати графіки життєвого циклу лікарських засобів (ЖЦ ЛЗ), характеризувати його етапи та визначати стратегії маркетингової діяльності підприємства на різних етапах ЖЦ ЛЗ.
17. Здійснити аналіз цінової політики суб'єктів фармацевтичного ринку.
18. Визначати ціну лікарського засобу з використанням різних методів ціноутворення, його критичний обсяг реалізації.
19. Визначати типи маркетингових посередників та рівні каналів збуту. 20. Характеризувати варіанти структур каналів розподілу (методів збуту) лікарських засобів.
20. Описувати стратегії розподілу лікарських засобів.
21. Характеризувати систему маркетингових комунікацій фармацевтичного підприємства.
22. Здійснити заходи стимулювання збуту лікарських засобів і виробів медичного призначення.
23. Визначати ринкову нішу підприємства з урахуванням результатів дослідження стану фармацевтичного ринку.

#### **Питання для підготовки до підсумкового контролю**

1. Особливості менеджменту у фармації.
2. Підходи до управління. Процес управління. Рівні управління.
3. Цілі та завдання фармацевтичних і аптечних підприємств.
4. Структура організації. Технології.
5. Люди. Основні аспекти людської перемінної та індивідуальні характеристики особистості.
6. Зовнішнє середовище організації. Загальні характеристики зовнішнього середовища
7. Фактори прямої дії зовнішнього середовища. Середовище організації непрямої дії.
8. Вплив зовнішніх факторів на діяльність фармацевтичних підприємств.
9. Складові успішної діяльності фармацевтичної організації.
10. Ефективна організація праці в аптечних підприємствах.
11. Діяльність керівника. Вимоги до успішного менеджера. Самоменеджмент.
12. Функції і організація роботи завідувача аптеки
13. Планування як функція управління.
14. Організаційний процес. Види організаційних структур.
15. Змістовні та процесуальні теорії мотивації. Мотивація в системі фармацевтичних та аптечних підприємств.
16. Сутність, види та етапи контролю діяльності організації. Складові успішного контролю.
17. Загальна характеристика управлінських рішень та вимоги до управлінських рішень.
18. Етапи прийняття і реалізації управлінського рішення.
19. Принципи та організаційні форми підприємництва, державна реєстрація та ліцензування. Етапи організації фармацевтичного (аптечного) підприємства.
20. Державне регулювання та дерегулювання підприємницької діяльності.
21. Планування підприємницької діяльності. Бізнес-план фармацевтичної організації.
22. Підприємницький ризик і шляхи його зниження.
23. Характеристика трудових ресурсів та персоналу організації. Проблеми зайнятості кадрів.
24. Кадровий менеджмент. Контролінг персоналу. Кадровий маркетинг.
25. Управління конфліктами: поняття конфлікту і причини його виникнення, типи конфліктів та методи управління ними.
26. Зміни всередині організації та управління ними. Природа стресу, засоби його зниження
27. Робочий час і час відпочинку. Правове регулювання заробітної плати. Гарантійні та компенсаційні виплати.
28. Оцінка діяльності організації. Показники платоспроможності та ділової активності підприємства.
29. Ефективність управління організацією. Критерії та підходи до оцінки ефективності управління.

30. Маркетингове середовище підприємства.
31. Ринок як об'єкт маркетингу. Основні елементи ринку.
32. Стан, структура та тенденції фармацевтичного ринку. Соціально- економічні аспекти фармацевтичного ринку.
33. Вивчення ринку лікарських засобів. Зміст та направленість комплексного дослідження ринку. Кількісні характеристики ринку.
34. Сегментація ринку. Вимоги до сегментів ринку. Особливість сегментації споживачів лікарських засобів.
35. Характеристика понять «потреба», «попит», «споживання».
36. Дослідження споживання лікарських засобів.
37. Методики визначення потреби в лікарських засобах.
38. Вивчення попиту та пропозиції товару. Види попиту. Попит на лікарські засоби.
39. Маркетингова концепція товару. Класифікація товарів. Класифікація лікарських засобів, виробів медичного призначення.
40. Життєвий цикл товару. Етапи життєвого циклу товару та їх характеристика. Маркетингова діяльність фармацевтичного підприємства на етапах життєвого циклу товару.
41. Позиціонування товару. Критерії позиціонування лікарських засобів.
42. Конкурентоспроможність товару.
43. Товарний асортимент, його основні характеристики. Товарнономенклатура.
44. Формування товарного асортименту виробничих та торгових підприємств.
45. Особливості формування асортименту лікарських засобів аптечних підприємств.
46. Загальні поняття товарної політики, її завдання.
47. Маркетингова стратегія та тактика підприємств.
48. Фактори ціноутворення.
49. Типи ринків. Цінова та нецінова конкуренція.
50. Цінова еластичність попиту та пропозиції. Фактори, що впливають на еластичність попиту на лікарські засоби.
51. Цінова політика підприємства: стратегії, цілі, методи. Етапи процесу ціноутворення.
52. Методи прямого та непрямого державного регулювання цін в Україні.
53. Управління каналами збуту. Види конфліктів, що виникають в каналах товаророзподілу, та способи їх урегулювання.
54. Засоби маркетингових комунікацій на етапах ЖЦТ.
55. Реклама: напрямки та ролі в комунікативній політиці підприємств
56. Класифікація реклами, функції, види і засоби (канали) реклами. Вимоги, що висуваються до реклами. Складові процесу реклами.
57. Особливості та завдання реклами в фармацевтичній галузі. Реклама безрецептурних ЛЗ.
58. Мерчандайзинг в аптеках.
59. Мета, об'єкти та методи маркетингових досліджень. Основні напрямки та етапи маркетингових досліджень.
60. Значення фармацевтичної маркетингової інформації. Напрямки інформаційної маркетингової діяльності в фармацевтичній галузі.

## 12.РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### 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

4. Ціноутворення: збірник тестових та розрахункових завдань навчальний посібник Рекомендовано МОН України / уклад. Є.Я.Агеєв, 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 / А.А. Kotvitskaya, I.V. Kubarieva, A.V. Volkova et al. Kharkiv : NUPh : Golden Pages, 2019.204 p.

#### **Додаткова література:**

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. Агеєв, Т.В.Шахматова - 2018. 376 с.
4. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник рекомендовано МОН України. / уклад. І.Л.Литовченко -2017.- 184 с.
5. Інтернет у маркетингу. Підручник затверджений МОН України/уклад. І.В.Бойчук -2010.- 220с.
6. Конфліктологія та теорія переговорів Навчальний посібник рекомендовано МОН України / Яхно Т.П.-2018. 168 с.

### **13. 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>.
10. Регуляторна база НТА України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hta.ua>
11. FDA [E-resource]. - Access:<https://www.fda.gov>
12. WHO [E-resource]. - Access:<https://www.who.int>