

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДАНИЛА ГАЛИЦЬКОГО

Кафедра організації та економіки фармації

ЗАТВЕРДЖУЮ

перший проректор
науково-педагогічної роботи
д-р Г. В. Солюминко



2023 р.


НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА ВИБІРКОВОЇ ДИСЦИПЛІНИ


Виробнича практика з фармацевтичного менеджменту і маркетингу

(назва навчальної дисципліни)

підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти
галузі знань 22 «Охорона здоров'я»
спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація»
для студентів V курсу фармацевтичного факультету

ВБ 2.4

Обговорено та ухвалено
на методичному засіданні кафедри
організації і економіки фармації
Протокол № 11 від "23" червня 2023 р.
Завідувач кафедри ОЕФ
 проф. Громовик Б. П.

Затверджено
профільною методичною комісією
з хімічних та фармацевтичних дисциплін
Протокол № __ від "__" червня 2023 р.
Голова профільної методичної комісії
 проф. Білоус С. Б.

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДАНИЛА ГАЛИЦЬКОГО

Кафедра організації та економіки фармації

ЗАТВЕРДЖУЮ

Перший проректор
з науково-педагогічної роботи
доц. І. І. Солонинко

_____ 2023 р.

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА ВИБІРКОВОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Виробнича практика з фармацевтичного менеджменту і маркетингу
(назва навчальної дисципліни)

**підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти
галузі знань 22 «Охорона здоров'я»
спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація»
для студентів V курсу фармацевтичного факультету**

ВБ 2.4

Обговорено та ухвалено
на методичному засіданні кафедри
організації і економіки фармації
Протокол № 11 від "23" червня 2023 р.
Завідувач кафедри ОЕФ
_____ проф. Громовик Б. П.

Затверджено
профільною методичною комісією
з хімічних та фармацевтичних дисциплін
Протокол № __ від "__" червня 2023 р.
Голова профільної методичної комісії
_____ проф. Білоус С. Б.

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Левицька О. Р., доц. кафедри, д. фарм. н., доцент,
Громовик Б. П., зав. кафедри, д. фарм. н., професор

РЕЦЕНЗЕНТ: доцент кафедри технології ліків і біофармації Львівського національного медичного університету імені Данила Галицького, к. фарм. н. Ващенко К. Ф.

ВСТУП

Програма вивчення вибіркової дисципліни «Виробнича практика з фармацевтичного менеджменту і маркетингу» укладена відповідно до Стандарту вищої освіти другого (магістерського) рівня галузі знань 22 Охорона здоров'я спеціальності 226 Фармація, промислова фармація спеціалізації 226.01 Фармація; 226.02 Промислова фармація, а також Освітньо-професійної програми «Фармація» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 226 Фармація, промислова фармація галузі знань 22 Охорона здоров'я Львівського національного медичного університету імені Данила Галицького (від 15.02.2023, протокол № 1-ВР).

Опис дисципліни (анотація)

Виробнича практика з фармацевтичного менеджменту і маркетингу є однією із завершальних складових у комплексі професійно-орієнтованих навчальних дисциплін, що формують магістрів фармації. Вона уможливує формування у здобувачів вищої фармацевтичної освіти (ЗВФО) сучасного управлінського і ринкового мислення.

Структура навчальної дисципліни	Кількість		Рік навчання	Вид контролю	
	кредитів / год.	днів за формою навчання			
Виробнича практика з фармацевтичного менеджменту та маркетингу	4 кредити / 120 год.	<i>денна</i>	10	5 курс, X семестр	диференційований залік
		<i>заочна</i>	4		1 контрольна робота, диференційований залік

Предметом вивчення дисципліни є закономірності, принципи формування, функціонування та розвитку системи управління фармацевтичною організацією, а також маркетингова філософія та методи господарювання в умовах конкуренції.

Міждисциплінарні зв'язки: Виробнича практика з фармацевтичного менеджменту та маркетингу завершує комплекс профільних дисциплін, що формують магістрів фармації.

Вивчення навчальної дисципліни базується на загальних знаннях таких дисциплін як «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг», «Організація та економіка фармації»; „Медичне та фармацевтичне товаровознавство”, «Соціальна фармація», «Система якості у фармації» та «Належні практики у фармації». Оволодіння дисципліною передбачає формування умінь застосовувати отримані знання у процесі подальшого навчання та професійній діяльності магістрів фармації.

1. Мета та завдання дисципліни

1.1. Метою викладання вибіркової дисципліни «Виробнича практика з фармацевтичного менеджменту і маркетингу» є закріплення та поглиблення теоретичних знань, одержаних у процесі вивчення фармацевтичного менеджменту та маркетингу, а також оволодіння прикладними аспектами менеджменту і фармацевтичного маркетингу, які дозволять у майбутньому успішно здійснювати фахову діяльність. Крім того, наділення (ЗВФО) комплексом професійних компетенцій щодо створення цілісної системи успішного управління фармацевтичною організацією, у т. ч. необхідних для провадження ефективної маркетингової діяльності.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни «Виробнича практика з фармацевтичного менеджменту і маркетингу» є:

- формування у (ЗВФО) професійних знань, умінь та уявлень щодо створення цілісної, ефективної та гнучкої системи управління фармацевтичною організацією в умовах ринкового середовища, яке постійно змінюється;

- створення освітньої бази, яка визначає професійну компетентність та загальну ерудицію магістра фармації.

1.3 Компетентності та результати навчання, формуванню яких сприяє дисципліна (взаємозв'язок з нормативним змістом підготовки здобувачів вищої освіти, сформульованим у термінах результатів навчання у Стандарті вищої освіти).

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти дисципліна забезпечує набуття студентами **компетентностей:**

а) загальні компетентності (ЗК):

ЗК-01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК-02. Знання та розуміння предметної області; розуміння професійної діяльності.

ЗК-03. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК-05. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК-06. Здатність працювати в команді.

ЗК-09. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

б) спеціальні (фахові) компетентності (ФК):

ФК01. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі фармації/промислової фармації у широких або мультидисциплінарних контекстах.

ФК02. Здатність збирати, інтерпретувати та застосувати дані, необхідні для професійної діяльності, здійснення досліджень та реалізації інноваційних проєктів у сфері фармації.

ФК03. Здатність розв'язувати проблеми фармації у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

ФК04. Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні знання, висновки та аргументацію у сфері фармації до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.

ФК05. Здатність демонструвати і застосовувати у практичній діяльності комунікативні навички спілкування та фундаментальні принципи фармацевтичної етики й деонтології.

ФК13. Здатність організовувати діяльність аптечних закладів із забезпечення населення і закладів охорони здоров'я лікарськими засобами та іншими товарами аптечного асортименту у звичайних умовах та в умовах надзвичайного стану, а також й впроваджувати в них відповідні системи звітності й обліку, здійснювати товарознавчий аналіз, адміністративне діловодство з урахуванням вимог фармацевтичного законодавства.

ФК14. Здатність аналізувати та прогнозувати основні економічні показники діяльності аптечних закладів, здійснювати розрахунки основних податків та зборів, формувати ціни на лікарські засоби та інші товари аптечного асортименту відповідно до законодавства України.

ФК15. Здатність проводити аналіз соціально-економічних процесів у фармації, форм, методів і функцій системи фармацевтичного забезпечення населення та її складових у світовій практиці, показників потреби, ефективності та доступності фармацевтичної допомоги в умовах медичного страхування та реімбурсації вартості лікарських засобів.

ФК18. Здатність організовувати та 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.

Деталізація компетентностей відповідно до дескрипторів НРК у формі «Матриці компетентностей».

Матриця компетентностей

№ з.п.	Компетентність	Знання	Уміння/навички	Комунікація	Відповідальність та автономія
		ЗН1 Спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки у сфері професійної діяльності або галузі знань і є основою для оригінального мислення та проведення досліджень, критичне осмислення проблем у галузі та на межі галузей знань	УМ1 Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур УМ2 Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі у широких мультидисциплінарних контекстах УМ3 Здатність розв'язувати проблеми у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності	К1 Зрозуміле і недвозначне донесення власних знань, висновків та аргументації до фахівців і нефахівців, зокрема, до осіб, які навчаються	АВ1 Управління робочими або навчальними процесами, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів АВ2 Відповідальність за внесок до професійних знань і практики та/або оцінювання результатів діяльності команд та колективів АВ3 Здатність продовжувати навчання з високим ступенем автономії
1	2	3	4	5	6
Загальні компетенції					
ЗК01	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу		УМ2		
ЗК02	Знання та розуміння предметної області; розуміння професійної діяльності	ЗН1	УМ1		
ЗК03	Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово			К1	
ЗК05	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.	ЗН1	УМ1, УМ2, УМ3	К1	АВ1, АВ2, АВ3
ЗК06	Здатність працювати в команді		УМ3	К1	АВ1, АВ2
ЗК09	Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології (ІКТ)		УМ1		АВ1

1	2	3	4	5	6
Спеціальні (фахові) компетентності					
ФК01	Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі фармації у широких або мультидисциплінарних контекстах.	ЗН1	УМ1, УМ2		АВ1, АВ2
ФК02	Здатність збирати, інтерпретувати та застосувати дані, необхідні для професійної діяльності, здійснення досліджень та реалізації інноваційних проєктів у сфері фармації.	ЗН1	УМ1		АВ3
ФК03	Здатність розв'язувати проблеми фармації у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.		УМ3		АВ1, АВ2
ФК04	Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні знання, висновки та аргументацію у сфері фармації до фахівців і нефаківців, зокрема до осіб, які навчаються.	ЗН1	УМ1	К1	АВ1, АВ2
ФК05	Здатність демонструвати і застосовувати у практичній діяльності фундаментальні принципи фармацевтичної етики й деонтології	ЗН1	УМ1, УМ2, УМ3	К1	АВ1, АВ3
ФК13	Здатність організовувати діяльність аптечних закладів із забезпечення населення і закладів охорони здоров'я лікарськими засобами та іншими товарами аптечного асортименту у звичайних умовах та в умовах надзвичайного стану, а також й впроваджувати в них відповідні системи звітності й обліку, здійснювати товарознавчий аналіз, адміністративне діловодство з урахуванням вимог фармацевтичного законодавства.	ЗН1	УМ1, УМ2, УМ3	К1	АВ1, АВ2

1	2	3	4	5	6
ФК14	Здатність аналізувати та прогнозувати основні економічні показники діяльності аптечних закладів, здійснювати розрахунки основних податків та зборів, формувати ціни на лікарські засоби та інші товари аптечного асортименту відповідно до законодавства України.	ЗН1	УМ1, УМ2, УМ3		АВ1
ФК15	Здатність проводити аналіз соціально-економічних процесів у фармації, форм, методів і функцій системи фармацевтичного забезпечення населення та її складових у світовій практиці, показників потреби, ефективності та доступності фармацевтичної допомоги в умовах медичного страхування та реімбурсації вартості лікарських засобів.	ЗН1	УМ1, УМ2, УМ3		АВ1, АВ2
ФК18	Здатність організувати та 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.	ЗН1	УМ1, УМ2, УМ3		АВ1, АВ2, АВ3

Інтегративні кінцеві програмні результати навчання, формуванню яких сприяє вибіркова дисципліна «Виробнича практика з фармацевтичного менеджменту і маркетингу»:

ПРН01. Володіти спеціалізованими концептуальними знаннями у сфері фармації та суміжних галузях з урахуванням сучасних наукових здобутків і вміти застосовувати їх у професійній діяльності (ЗК01, ЗК02, ФК01, ФК05, ФК13, ФК14, ФК15).

ПРН02. Критично осмислювати і аналізувати наукові і прикладні проблеми у сфері фармації (ЗК01, ЗК02, ФК13, ФК14, ФК15).

ПРН03. Володіти спеціалізованими знаннями та вміннями/навичками для розв'язання професійних проблем і задач, у тому числі з метою вдосконалення знань та процедур у сфері фармації (ЗК02, ФК01, ФК13, ФК14, ФК15).

ПРН04. Вільно спілкуватися державною та англійською мовою усно і письмово для обговорення професійних проблем і результатів діяльності, презентації наукових досліджень та інноваційних проектів (ЗК03, ФК04, ФК05).

ПРН05. Оцінювати та забезпечувати якість та ефективність діяльності у сфері фармації у стандартних та нестандартних ситуаціях; дотримуватися принципів деонтології та етики у професійній діяльності (ЗК02, ЗК05, ФК01, ФК03, ФК05, ФК14, ФК15, ФК18).

ПРН06. Розробляти та 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 (ЗК02, ЗК03, ЗК05, ЗК06, ФК01, ФК03, ФК13, ФК14, ФК15, ФК18).

ПРН07. Аналізувати необхідну інформацію щодо розробки та виробництва лікарських засобів, використовуючи фахову літературу, патенти, бази даних та інші джерела; систематизувати, аналізувати й оцінювати її, зокрема, з використанням статистичного аналізу (ЗК01, ФК02, ФК05, ФК14, ФК15, ФК18).

ПРН08. Розробляти та реалізовувати інноваційні проекти у сфері фармації, а також дотичні міждисциплінарні проекти з урахуванням технічних, соціальних, економічних, етичних, правових та екологічних аспектів (ЗК05, ЗК06, ФК01, ФК02, ФК05, ФК14, ФК15).

ПРН09. Формулювати, аргументувати, зрозуміло і конкретно доносити до фахівців і нефахівців, у тому числі до здобувачів вищої освіти інформацію, що базується на власних знаннях та професійному досвіді, основних тенденціях розвитку світової фармації та дотичних галузей (ЗК03, ФК02, ФК04, ФК05, ФК18).

ПРН16. 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 закладах, адміністративне діловодство і товарознавчий аналіз (ЗК02, ЗК03, ФК02, ФК13, ФК18).

ПРН17. Розраховувати основні економічні показники діяльності аптечних закладів, а також податки та збори. Формувати усі види цін (закупівельні, оптово-відпускні та роздрібні) на лікарські засоби та інші товари аптечного асортименту (ЗК09, ФК14, ФК18).

ПРН18. Використовувати дані аналізу соціально-економічних процесів у суспільстві для фармацевтичного забезпечення населення, визначати ефективність та доступність фармацевтичної допомоги в умовах медичного страхування та реімбурсації вартості лікарських засобів (ЗК02, ЗК09, ФК01, ФК03, ФК15, ФК18).

ПРН21. Забезпечувати конкурентоспроможний рівень і ефективний розвиток фармацевтичних організацій, у тому числі з урахуванням результатів маркетингових досліджень і ринкових процесів на національному та міжнародному рівнях (ЗК01, ЗК09, ФК01, ФК02, ФК18).

ПРН26. Планувати та реалізовувати професійну діяльність на основі нормативно-правових актів України та рекомендацій належних фармацевтичних практик (ЗК02, ФК02, ФК03, ФК13, ФК18).

ПРН27. Сприяти збереженню здоров'я, зокрема профілактиці захворювань, раціональному призначенню та використанню лікарських засобів (ЗК03, ФК02, ФК04).

Інтегративні кінцеві програмні результати навчання, формуванню яких сприяє навчальна дисципліна: здатність розв'язувати типові та складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми з фармацевтичного менеджменту і маркетингу у професійній фармацевтичній діяльності, ясно і недвозначно доносити свої висновки та знання до фахової та нефармацевтичної аудиторії.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 4 кредити ЄКТС – 120 годин.

2.1. Денна форма навчання

Тема 1. Ознайомлення з аптечним закладом як організацією. Аптека як об'єкт управління. Назва аптеки та юридична адреса фармацевтичного підприємства-засновника. Місцезорозташування 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 господарсько-фінансової діяльності, за термінами реалізації. Оцінка стилю керівництва аптечним закладом. Застосування економічних, адміністративних, соціально-психологічних 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. Організація діловодства в аптечному закладі.

Тема 4. Організація роботи з кадрами. 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. Характеристика зовнішніх переваг аптеки. 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. Дослідження зовнішніх переваг аптеки (місця

розташування, цінової політики, повноти асортименту лікарських засобів, використання принципів фармацевтичної етики, швидкість та якість обслуговування).

2.2. Заочна форма навчання

Тема 1. Ознайомлення з аптечним закладом як організацією. Аналіз функцій і методів менеджменту та стилю керівництва в управлінні аптечним закладом. Аптека як об'єкт управління. Назва аптеки та юридична адреса фармацевтичного підприємства-засновника. Місцерозташування 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. 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 господарсько-фінансової діяльності, за термінами реалізації. Оцінка стилю керівництва аптечним закладом. Застосування економічних, адміністративних, соціально-психологічних та правових методів в управлінні аптечним закладом.

Тема 2. Аналіз комунікаційних процесів аптечного закладу. Організація роботи з кадрами. Характеристика видів комунікацій між структурними підрозділами, із зовнішнім середовищем (постачальниками, споживачами, фінансовими установами, державними органами влади). Використання інформації в управлінні аптечним закладом. 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 3. Вивчення діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку. Дослідження продуктової політики аптечного закладу. Цінова політика аптечного закладу. Вивчення збутової політики аптечного закладу. Характеристика фармацевтичного ринку та його функцій. Суб'єкти та об'єкт фармацевтичного ринку. Дослідження постачальників та конкурентів аптечного закладу як суб'єктів ринкової діяльності. Аналіз асортименту аптечного закладу (ширина, глибина, насиченість, гармонійність, структура, новизна). Асортиментні групи, на яких спеціалізується аптека. Позиціонування ЛЗ за споживчими перевагами. Дослідження конкурентоспроможності ЛЗ. Чинники ціноутворення на лікарські засоби. Аналіз ціноутворення в аптечному закладі. Дослідження цінової кон'юнктури фармацевтичного ринку. Визначення доступності лікарських засобів. Варіанти структур каналів розподілу (методів збуту) лікарських засобів. Довжина і ширина традиційних каналів розподілу лікарських засобів. Торгові посередники, з якими співпрацює аптечний заклад.

Тема 4. Комунікаційна політика аптечного закладу. Характеристика зовнішніх переваг аптеки. 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. Дослідження зовнішніх переваг аптеки (місця розташування, цінової політики, повноти асортименту лікарських засобів, використання принципів фармацевтичної етики, швидкість та якість обслуговування).

3. Структура навчальної дисципліни

План проходження виробничої практики з фармацевтичного менеджменту і маркетингу

№ з/п	Тема	Кількість днів за формою навчання	
		денна	заочна
1.	Ознайомлення з аптечним закладом як організацією.	1	1
2.	Аналіз функцій і методів менеджменту та стилю керівництва в управлінні аптечним закладом	1	
3.	Аналіз комунікаційних процесів аптечного закладу	1	1
4.	Організація роботи з кадрами	1	
5.	Вивчення діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку	1	1
6.	Дослідження продуктової політики аптечного закладу	1	
7.	Цінова політика аптечного закладу	1	
8.	Вивчення збутової політики аптечного закладу	1	1
9.	Комунікаційна політика аптечного закладу. Характеристика зовнішніх переваг аптеки.	1	
10.	Оформлення результатів виробничої практики. Диференційований залік.	1	
РАЗОМ		10	4

4. Тематичний план лекцій — не заплановані робочим навчальним планом на навчальний рік.

5. Тематичний план практичних занять

№ з/п	Тема	К-сть год. за формою навчання	
		денна	заочна
1.	Ознайомлення з аптечним закладом як організацією.	6	6
2.	Аналіз функцій і методів менеджменту та стилю керівництва в управлінні аптечним закладом	6	
3.	Аналіз комунікаційних процесів аптечного закладу	6	6
4.	Організація роботи з кадрами	6	
5.	Вивчення діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку	6	6
6.	Дослідження продуктової політики аптечного закладу	6	
7.	Цінова політика аптечного закладу	6	
8.	Вивчення збутової політики аптечного закладу	6	6
9.	Комунікаційна політика аптечного закладу. Характеристика зовнішніх переваг аптеки.	6	
РАЗОМ		54	24

6. Тематичний план самостійної роботи студентів

№ з.п.	Тема самостійної роботи студентів	Кількість год. за формою навчання	
		денна	заочна
1	2	3	4
1	Ознайомлення з аптечним закладом як організацією	8	10
2	Аналіз функцій і методів менеджменту та стилю керівництва в управлінні аптечним закладом	8	10
3	Аналіз комунікаційних процесів аптечного закладу	8	10
4	Організація роботи з кадрами	8	10
5	Вивчення діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку	8	10

1	2	3	4
6	Дослідження продуктової політики аптечного закладу	8	10
7	Цінова політика аптечного закладу	6	10
8	Вивчення збутової політики аптечного закладу	6	10
9	Комунікаційна політика аптечного закладу. Характеристика зовнішніх переваг аптеки	6	16
	РАЗОМ	66	96

Перелік практичних навичок, які має набути студент під час практики:

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. Визначати 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, визначати місткість та частку ринку. Визначати потребу в ЛЗ окремих фармакотерапевтичних груп.

13. Визначати асортиментну політику аптечного підприємства та характеризувати асортимент лікарських засобів.

14. Провести позиціонування лікарських засобів на фармацевтичному ринку.

15. Визначати 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) ЛЗ.

21. Описувати стратегії розподілу ЛЗ.

22. Характеризувати систему маркетингових комунікацій фармацевтичного підприємства.

23. Здійснити заходи стимулювання збуту ЛЗ і медичних виробів.

24. Визначати ринкову нішу підприємства з урахуванням результатів дослідження стану фармацевтичного ринку.

7. Індивідуальні завдання - не заплановано робочим навчальним планом на навчальний рік.

8. Методи навчання

У процесі вивчення дисципліни «Виробнича практика з фармацевтичного менеджменту і маркетингу» застосовуються такі методи навчання:

- за типом пізнавальної діяльності: пояснювально-ілюстративний; аналітичний, синтетичний, індуктивний, дедуктивний;
- за основними етапами процесу: формування знань; застосування знань; узагальнення; закріплення; перевірка;
- за системним підходом: стимулювання та мотивація; контроль і самоконтроль.
- за джерелами знань: словесні – розповідь, бесіда; наочні – демонстрація, ілюстрація.
- за рівнем самостійної розумової діяльності: проблемний; частково-пошуковий; дослідницький.

9. Методи контролю:

- Види контролю (поточний і підсумковий).

Поточний контроль для студентів заочної форми навчання включає також виконання контрольної роботи.

- Форма підсумкового контролю відповідно до навчального плану: диференційований залік
- Критерії оцінювання

Оцінка за практику складається з суми балів за виконання студентом практичних навичок, які перевіряються безпосереднім керівником від бази практики (максимум - 120 балів, мінімум - 72 бали) та балів за підсумковий контроль, що виставляються при проведенні диференційованого заліку (максимум 80, мінімум - 50 балів).

Критерії оцінювання засвоєння студентом практичних навичок і вмінь

Оцінка	Виконання
«5»	Студент тісно пов'язує теорію з практикою і правильно демонструє виконання практичних навичок, передбачені програмою завдання виконані повністю, заповнені всі супровідні бланки (документи), проведені усі необхідні розрахунки, здійснена реєстрація у відповідних журналах обліку, здійснено документальне оформлення господарських операцій, проведених в аптеці.
«4»	Студент демонструє виконання практичних навичок, виконав всі завдання, передбачені програмою практики, припускаючись незначних помилок; усі види робіт, виробничі операції та завдання, передбачені програмою практики, виконані добре, але допущені незначні помилки при розрахунках або оформленні результатів.
«3»	Студент під час демонстрації практичних навичок робить значні помилки, виконує лише найлегші задачі, володіє лише обов'язковим мінімумом методів дослідження, виробничі операції та завдання, передбачені програмою практики, виконані не повністю, допущені помилки при розрахунках та оформленні результатів, застосовано неправильний алгоритм вирішення.
«2»	Студент під час демонстрації практичних навичок робить значні, грубі помилки; не виконав завдання, передбачені програмою практики; види робіт, виробничі операції та завдання, передбачені програмою практики, не виконані або виконані з недопустимими помилками, види виконуваних робіт не повністю або зовсім не зафіксовані у щоденнику або у студента щоденник практики відсутній.

Для студентів заочної форми навчання враховується також оцінка за виконання контрольної роботи за чотирибальною шкалою.

Критерії оцінювання контрольної роботи

Оцінку «відмінно» заслуговує студент, у якого робота виконана правильно і самостійно, відбиває належний рівень знань, оформлена відповідно вимог, які висуваються для даного типу завдань.

Оцінку «добре» заслуговує студент, у якого робота виконана самостійно, містить несуттєві помилки, відбиває належний рівень знань; оформлена згідно з вимогами, які висуваються для даного типу завдань.

Оцінку «задовільно» заслуговує студент, у якого робота виконана, але містить помилки, відбиває недостатній рівень знань; оформлення роботи не в повній мірі відповідає вимогам, що висуваються для даного типу завдань.

Оцінку «незадовільно» одержує студент, у якого виконана робота не відповідає вимогам, які вказані вище як критерії для виставлення позитивної оцінки.

10. Поточний контроль здійснюється щоденно, відповідно до конкретних цілей кожної теми, безпосереднім керівником від бази практики, який візує виконання практичних навичок у щоденнику практики студента. У процесі контролю набуття практичних навичок студентами рекомендується застосовувати такі засоби діагностики рівня підготовки: виконання практичних завдань, моделювання ситуацій, проведення досліджень, пояснення та оцінка їх результатів.

10.1. Оцінювання поточної навчальної діяльності. Під час оцінювання набуття практичних навичок при засвоєнні кожної теми за поточну навчальну діяльність студенту виставляються оцінки за чотирибальною (національною) шкалою. При цьому враховуються усі види робіт, передбачені програмою дисципліни. Студент має отримати оцінку з кожної теми для подальшої конвертації оцінок у бали за багатобальною (200-бальною) шкалою.

11. Форма підсумкового контролю успішності навчання - диференційований залік, що полягає в оцінці засвоєння студентом програмного матеріалу з навчальної дисципліни на підставі контролю теоретичної підготовки (тести з бази ліцензійного інтегрованого іспиту «Крок 2.Фармація») на останньому занятті.

12. Схема нарахування та розподіл балів, які отримують студенти:

Максимальна кількість балів, яку може набрати студент за поточну навчальну діяльність для допуску до диференційованого заліку становить 120 балів.

Мінімальна кількість балів, яку повинен набрати студент за поточну навчальну діяльність для допуску до диференційованого заліку становить 72 бали.

Розрахунок кількості балів проводиться на підставі отриманих студентом оцінок за чотирибальною (національною) шкалою за практичні навички, набуті під час вивчення дисципліни, шляхом обчислення середнього арифметичного (СА), округленого до двох знаків після коми. Отримана величина конвертується у бали за багатобальною шкалою таким чином:

$$x = \frac{CA \times 120}{5}$$

Для зручності наведено таблицю перерахунку за 200-бальною шкалою:

Перерахунок середньої оцінки за поточну діяльність у багатобальну шкалу для дисциплін, що завершуються диференційованим заліком

4-бальна шкала	200-бальна шкала	4-бальна шкала	200-бальна шкала	4-бальна шкала	200-бальна шкала	4-бальна шкала	200-бальна шкала
5	120	4.45	107	3.91	94	3.37	81
4.95	119	4.41	106	3.87	93	3.33	80
4.91	118	4.37	105	3.83	92	3.29	79
4.87	117	4.33	104	3.79	91	3.25	78
4.83	116	4.29	103	3.74	90	3.2	77
4.79	115	4.25	102	3.7	89	3.16	76
4.75	114	4.2	101	3.66	88	3.12	75
4.7	113	4.16	100	3.62	87	3.08	74
4.66	112	4.12	99	3.58	86	3.04	73
4.62	111	4.08	98	3.54	85	3	72
4.58	110	4.04	97	3.49	84	Менше 3	Недостатньо
4.54	109	3.99	96	3.45	83		
4.5	108	3.95	95	3.41	82		

Максимальна кількість балів, яку може набрати студент при складанні диференційованого заліку становить 80.

Мінімальна кількість балів при складанні диференційованого заліку - не менше 50.

Оцінка з дисципліни, яка завершується диференційованим заліком визначається, як сума балів за поточну навчальну діяльність (не менше 72) та балів за виконання індивідуальних тестових завдань з бази ліцензійного інтегрованого іспиту «Крок 2.Фармація» на останньому занятті (не менше 50).

Бали з дисципліни незалежно конвертуються як в шкалу ECTS, так і в 4-бальну (національну) шкалу. Бали шкали ECTS у 4-бальну шкалу не конвертуються і навпаки.

Бали студентів, які навчаються за однією спеціальністю, з урахуванням кількості балів, набраних з дисципліни ранжуються за шкалою ECTS таким чином:

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

Ранжування з присвоєнням оцінок „А”, „В”, „С”, „D”, „Е” проводиться для студентів даного курсу, які навчаються за однією спеціальністю і успішно завершили вивчення дисципліни. Студенти, які одержали оцінки FX, F («2») не вносяться до списку студентів, що ранжуються. Студенти з оцінкою FX після перескладання автоматично отримують бал „Е”.

Бали з дисципліни для студентів, які успішно виконали програму, конвертуються у традиційну 4-ри бальну шкалу за абсолютними критеріями, які наведено нижче у таблиці:

Бали з дисципліни	Оцінка за 4-ри бальною шкалою
Від 170 до 200 балів	5
Від 140 до 169 балів	4
Від 139 балів до мінімальної кількості балів, яку повинен набрати студент	3
Нижче мінімальної кількості балів, яку повинен набрати студент	2

Оцінка ECTS у традиційну шкалу не конвертується, оскільки шкала ECTS та чотирибальна шкала незалежні.

Об’єктивність оцінювання навчальної діяльності студентів перевіряється статистичними методами (коефіцієнт кореляції між оцінкою ECTS та оцінкою за національною шкалою).

13. Методичне забезпечення

- Робоча навчальна програма з дисципліни.
- Силабус дисципліни
- Питання для самостійної роботи.
- Тести для контролю знань студентів.
- Критерії оцінювання навчальних досягнень студентів.
- Ресурси мережі Інтернет, зокрема авторська он-лайн система неперервної фармацевтичної освіти AdFarm S.A., освітня платформа Misa, онлайн-сервіси Zoom і Google Forms.

- Довідкові матеріали.
- *Методичні матеріали для студентів денної форми навчання:*

1. Методичні рекомендації до виробничої практики з фармацевтичного менеджменту і маркетингу для студентів фармацевтичного факультету денної форми навчання. .

• *Методичні матеріали для студентів заочної форми навчання:*

1. Методичні рекомендації до виробничої практики з фармацевтичного менеджменту і маркетингу для студентів фармацевтичного факультету заочної форми навчання.
2. Методичні рекомендації до виконання контрольної роботи з виробничої практики з фармацевтичного менеджменту і маркетингу для студентів фармацевтичного факультету заочної форми навчання.

14. Перелік питань, що виносяться на підсумковий контроль

1. Особливості розвитку управлінських теорій у фармацевтичній галузі.
2. Сутність понять управління та менеджменту.
3. Основні принципи та етапи розвитку менеджменту.
4. Причини виникнення рівнів управління та їх сутність.
5. Сутність поняття «організація» та їх класифікація.
6. Етапи життєвого циклу організації та їх характеристики.
7. Фактори внутрішнього середовища фармацевтичного підприємства.
8. Загальні характеристики факторів зовнішнього середовища.
9. Сутність та етапи процесу управління організацією.
10. Сутність та особливості класифікації функцій менеджменту.
11. Сутність та види планування.
12. Сутність функції організування.
13. Сутність та теоретико-прикладні засади мотивування.
14. Сутність і принципи класифікації контролювання.
15. Сутність процесу регулювання.
16. Сутність та принципи класифікації методів фармацевтичного менеджменту.
17. Характерні риси економічних методів фармацевтичного менеджменту.
18. Характерні риси технологічних, соціально-психологічних та адміністративних методів фармацевтичного менеджменту.
19. Взаємозв'язок функцій та методів фармацевтичного менеджменту.
20. Сутність і принципи класифікації управлінських рішень.
21. Фактори, що впливають на процес вироблення управлінських рішень.
22. Особливості успішного прийняття управлінських рішень. Оптимізація управлінських рішень.
23. Загальні характерні риси форм колективного обміну управлінською інформацією.
24. Сутність та принципи класифікації комунікацій.
25. Характерні риси комунікаційного процесу.
26. Найпоширеніші перепони в комунікаційних процесах.
27. Характерні риси інформаційного забезпечення комунікаційного процесу.
28. Суть документа, документації та принципи класифікації управлінської документації.
29. Документообіг вхідних та вихідних документів на фармацевтичних підприємствах.
30. Принципи систематизації документів.
31. Сутність керівництва та його основна функція.
32. Правове забезпечення трудових правовідносин.
33. Робочий час та час відпочинку.
34. Мотивування праці, гарантії та компенсації в процесі трудової діяльності.
35. Правове регулювання праці, трудової дисципліни та трудових суперечок.
36. Управління персоналом фармацевтичної організації (HR-менеджмент) в умовах цифрової економіки.
37. Сутність плинності та ротації кадрів.
38. Суть фармацевтичного маркетингу.
39. Сутність комплексу фармацевтичного маркетингу.
40. Кон'юнктура фармацевтичного ринку, її види.
41. Підходи до визначення потреби в лікарських засобах.
42. Сегментація ринку: принципи, критерії та види сегментації фармацевтичного ринку.
43. Суть позиціонування лікарських засобів.

44. Основні методи “портфельного” аналізу діяльності фармацевтичного підприємства.
45. Поняття продуктового асортименту фармацевтичного підприємства та його характеристики.
46. Етапи життєвого циклу лікарського засобу.
47. Сутність показників “конкурентоспроможність” та “якість” лікарського засобу.
48. Особливості методики оцінки рівня якісно-цінової конкурентоспроможності.
49. Етапи процесу установлення вихідної ціни на лікарські засоби та основні фактори, що впливають на цінову політику фармацевтичної фірми.
50. Взаємозв'язок між ціною і попитом на лікарський засіб.
51. Показники, що характеризують цінову кон'юнктуру фармацевтичного ринку.
52. Сутність понять «збут», «збутова діяльність», «збутова політика».
53. Альтернативні варіанти структури каналів збуту лікарських засобів.
54. Можливі довжина і ширина каналів розподілу лікарських засобів.
55. Стратегії розподілу лікарських засобів.
56. Цілі комунікаційної політики фармацевтичних підприємств.
57. Характерні риси складових системи маркетингових комунікацій.
58. Реклама, паблік рилейшнз, персональний продаж та стимулювання збуту як основні елементи системи маркетингових комунікацій.
59. Цифровий маркетинг у фармації.
60. Сутність та основні принципи мерчандайзингу.

15. Рекомендована література

Основна (базова)

1. Лекційний матеріал.
2. 2. Основи менеджменту: Конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського; укладачі: Т. В. Лазоренко, С. О. Пермінова. Електронні текстові дані (1 файл: 560КБ). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021. 166 с. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/41193/1/Managment.pdf>.
3. 3. Сенишин О.С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/1000460/mod_resource/content/1/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf
4. 4. Страпчук С.І., Миколенко О.П., Попова І.А., Пустова В.В. Менеджмент: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти. Львів: Видавництво «Новий Світ – 2000», 2020. 356 с. URL: https://www.researchgate.net/publication/351117819_Menedzment_Navcalnij_posibnik_dla_zdobuvasiv_visoi_osviti_Strapcuk_S_I_Mikolenko_O_P_Popova_I_A_Pustova_V_V_Lviv_Vidavnictvo_No_vij_Svit_-_2000_2020_356_s
5. 5. HR-менеджмент: конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 073 «Менеджмент / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: М.В. Шкробот, Л.Л. Ведута. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 270 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/36828/1/Konspekt_HRM_2020.pdf
6. Сочинська-Сибірцева І. М., Доренська А. О., Тушевська Т. В. HR-менеджмент: навч. посіб. / Кропивницький : ЦНТУ, 2022. 278 с. URL: http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/12269/1/HR_%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82_%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf
7. 7. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/42757/3/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD>

8. Зозульов О.В., Царьова Т.О., Гавриш Ю.О.. Маркетинг: навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент», освітні програми «Логістика», «Менеджмент міжнародного бізнесу», «Менеджмент і бізнесадміністрування» /; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 298 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/51077/1/Marketynh_NMK.pdf

Допоміжна

1. Громовик Б. П., Гасюк Г. Д., Левицька О. Р. Менеджмент і маркетинг у фармації: підручник ; за ред. д-ра фарм. наук, проф. Б. П. Громовика. К.: Медицина, 2008. 752 с.

2. Громовик Б. П., Гасюк Г. Д., Левицька О. Р. Фармацевтичний маркетинг: Теоретичні та прикладні засади. Вінниця: Нова книга, 2004. 464 с.

3. Менеджмент у фармації / О. Є. Кузьмін, Б. П. Громовик, Г. Д. Гасюк, О. Р. Левицька, О. Г. Мельник. Вінниця: Нова книга, 2005. 448 с.

4. Громовик Б., Гасюк Г., Мороз Л., Чухрай Н. Фармацевтичний маркетинг : навчальний посібник. Львів: Наутілус, 2000. 320 с.

5. Белявцева М. І., Воробйова В. Н. Маркетинговий менеджмент: навч. посібн. К.: ЦУЛ, 2016. 407 с.

6. В'юн В. Г., Кіщак І. Т., Шевчук С. П., Лагодієнко В. В. Організація і методика маркетингових досліджень (навчально-методичний посібник для самостійного вивчення). Миколаїв: Іліон. 2015. 312 с.

7. Громовик Б. П. Фармацевтична логістика : фокус на допомозі пацієнту : монографія / Б. П. Громовик, Л. М. Унгурян. Львів: РАСТР-7, 2013. 212 с.

8. Жарська І. О. Практикум з маркетингу: теоретичні основи, тести, завдання, кейсові справи. [текст] : навч. посіб. Одеса: Атлант ВОІ СОІУ, 2016. 284 с.

9. Ільчук В. П., Штирхун Х. І. Практикум з маркетингу. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни «Маркетинг» для студентів економічних спеціальностей всіх форм навчання. Чернігів: ЧНТУ, 2018. 81 с.

10. Кібік О.М., Белоус К.В., Котлубай В.А. Менеджмент і маркетинг: навч.-метод. посібник. Одеса, 2017. 114 с.

11. Князева Т. В., Колбушкін Ю. П., Петровська С. В. та ін. Міжнародний маркетинг: навч. посібник. К. : НАУ, 2019. 164 с.

12. Котлер Ф. Маркетинг: від А до Я. Альпіна Паблішер Україна. 2021. 252 с.

13. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Діалектика. 2020. 880 с.

14. Крикавський Є. В. Дейнега І. О. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник. Л.: Вид-во Львівської політехніки, 2015. 254 с.

15. Крикавський Є. В., Данько Т. І., Ярошевич Н. Б. Маркетинг та менеджмент: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2016. 96 с.

16. Лебедь С. О. Історичні аспекти та сучасний стан фальсифікації лікарських засобів в Україні та світі: монографія; за науковою редакцією професора Б. П. Громовика. Рівне: Волин. обереги, 2018. 320 с.

17. Старостіна А. О., Кравченко В. А., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О. Маркетинг. Навчальний посібник; за заг.ред. проф. Старостіної А. О. К.:«НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

18. Пушкар З. М., Пушкар Б. Т. Кадровий менеджмент: Навчальний посібник. Тернопіль: Осадца Ю. В., 2017. 210 с.

19. Снітко Є. О., Завгородня Є. Є. Менеджмент: підруч. для студ. ден. та заоч. форм навч. першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 „Менеджмент” за освітньою програмою „Менеджмент організацій і адміністрування”; ДР «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». Старобільськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2018. 281с.

20. Тімонін О. М., Небилиця О. А. Маркетинг: навчальний посібник для студентів напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент». Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 152 с.

21. Стахів О. Г., Явнюк О. І., Волощук В. В. Основи менеджменту: Навчальний посібник / За наук. ред. док. екон. наук, проф. М. Г. Бойко. Івано-Франківськ, «ЛілеяНВ». 2015. 336 с.

22. Сучасні аспекти фармацевтичної практики в Україні: колективна монографія. Випуск 2; за ред. Б. П. Громова. Львів: Ліга-Прес, 2017. 253 с.
23. Ткаченко Н. О. Соціальна відповідальність у професійній діяльності фахівців фармації : монографія; за науковою редакцією професора Б. П. Громова. Запоріжжя : Вид-во ЗДМУ, 2018. 217 с.
24. Унгурян Л. М., Громовик Б. П. Фармацевтична практика: логістичні, інформаційні, нейроекономічні та соціальні аспекти: монографія. Львів: Простір-М, 2016. 155 с.
25. Левків Г. Я., Подра О. П., Леськів Г. С., Гинда С. М. Управління маркетинговою діяльністю: ситуаційні вправи : навчальний посібник. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 190 с.
26. Шкільняк М. М., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: Навчальний посібник. Тернопіль: Крок, 2017 р. 252 с.
27. Шталь Т. В., Астахова І. Е., Козуб В. О. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 275 с.
28. Глєбова А. О., Кравченко В. В. Розвиток цифрових комунікацій в умовах діджиталізації економіки України: проблеми та можливості. Ефективна економіка. 2021. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2021/82.pdf.
29. Мандич О., Бабко Н., Лишенко М., Харчевнікова Л. Цифрова трансформація та новітні комунікації як платформа для стійкого розвитку бізнесу. Моделювання розвитку економічних систем. 2022, №4. С. 15-17. DOI:10.20535/2307-5651.17.2020.216367. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/216367>
30. Марчук О. О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент управління. Економіка і суспільство. 2018. № 17. С. 296–299. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/17_ukr/43.pdf.
31. Мірошник М. В., Копица Д. О., Стрюк Л. О. Цифровий маркетинг як середовище інтерактивних технологій digital реклами. Бізнес Інформ. 2020. №5. С. 503–510. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/5b36bea3-9df6-4072-a146-a9d481aafecf/content>
32. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя: монографія / авт. кол.: М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с. URL: http://dspace.opu.ua/jspui/bitstream/123456789/7012/1/Digital_marketing.pdf.
33. Цифровий маркетинг. URL: <https://www.pharmacycyclopedia.com.ua/article/8368/cifrovij-marketing>.

16. Інформаційні ресурси

1. Законодавство України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws>
2. Нормативно-директивні документи МОЗ України. URL: <http://mozdocs.kiev.ua>
3. Дослідження та аналіз фармацевтичного ринку України. URL: <http://morion.ua>
4. Міністерство охорони здоров'я України. URL: <http://www.moz.gov.ua>
5. Державний формуляр лікарських засобів. 14 випуск. <https://www.dec.gov.ua/materials/chinnij-vipusk-derzhavnogo-formulyara-likarskih-zasobiv/?role=ua>
6. Державний реєстр лікарських засобів України. URL: <http://www.drlz.com.ua/>
7. Compendium online. URL: <https://compendium.com.ua/bad/>.
8. Щотижневик «Аптека». URL: <https://www.apteka.ua/>.
9. Пошукова база ліків. URL: <https://tabletki.ua/uk/>.
10. Пошукова база ліків. URL: <http://likicontrol.com.ua/>.
11. Пошукова база Medscape. URL: <https://www.medscape.com/pharmacists>.
12. Регуляторна база НТА України. URL: <https://www.hta.ua>