

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ
з фармацевтичного менеджменту та маркетингу для студентів IV курсу
фармацевтичного факультету на VIII семестр 2023-2024 н. р.

№ з/п	Тема лекції	К-ть год.	Дата
1	Управління трудовими відносинами фармацевтичних організацій. Управління персоналом фармацевтичної організації (HR-менеджмент) в умовах цифрової економіки	2	15.01
2.	Загальні положення фармацевтичного маркетингу.	2	29.01
3.	Функціональне забезпечення маркетингової діяльності фармацевтичних фірм.	2	12.02
4.	Принципи маркетингового дослідження фармацевтичного ринку та вивчення поведінки споживачів ЛЗ.	2	26.02
5.	Моделювання закономірностей фармацевтичного ринку та дослідження маркетингових можливостей ФП.	2	11.03
Всього:		10	Пн, I пара

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ
з фармацевтичного менеджменту та маркетингу для студентів IV курсу
 фармацевтичного факультету на VIII семестр 2023-2024 н. р.

№ з.п	Тема заняття	К-сть год. лаб./сам	Групи	
			1-2	3-4
1	Управління трудовими відносинами фармацевтичних організацій. Правове забезпечення трудових відносин	2/2	11.01	10.01
2	Управління трудовими відносинами фармацевтичних організацій. Робочий час та час відпочинку	2/2	18.01	17.01
3	Управління трудовими відносинами фармацевтичних організацій. Мотивування праці, гарантії та компенсації для працівників	2/2	25.01	24.01
4	Управління персоналом фарм. орг-ції (HR-менеджмент) в умовах цифрової економіки. HR-менеджмент в системі управління фармацевтичною організацією	2/2	01.02	31.01
5	Управління персоналом фарм. орг-ції (HR-менеджмент) в умовах цифрової економіки. Професійний набір та використання персоналу фарм. орг-ції. Трудова кар'єра у фармацевтичних організаціях. Моделі кар'єри.	2/2	08.02	07.02
6	Управління персоналом фармацевтичної організації (HR-менеджмент) в умовах цифрової економіки. Цифровізація менеджменту управління персоналом. Напрямки використання цифрових технологій в HR-менеджменті.	2/4	15.02	14.02
7	Загальні положення фармацевтичного маркетингу. Характеристика фармацевтичного ринку	2/2	22.02	21.02
8	Загальні положення фармацевтичного маркетингу. Сутність і розвиток маркетингових концепцій	2/2	29.02	28.02
9	Загальні положення фармацевтичного маркетингу. Складові маркетингової діяльності фармацевтичних підприємств	2/4	07.03	06.03
10	Функц. забезпеч. маркетингової діяльності. Опрацювання стратегії та тактики фармацевтичного маркетингу. Принципи маркетингового контролювання	2/4	14.03	13.03
11	Функц. забезпеч. маркетингової діяльності. Маркетингове середовище ФП. Концепція МІС	2/4	21.03	20.03
12	Принципи маркетинг. дослідж. фарм. ринку та вивчення поведінки споживачів ЛЗ. Організація процесу маркетингового дослідження	2/1	28.03	27.03
13	Принципи маркетинг. дослідж. фарм. ринку та вивчення поведінки споживачів ЛЗ. Технологія маркетингового дослідження поведінки споживачів ЛЗ.	2/1	04.04	03.04
14	Принципи маркетинг. дослідж. фарм. ринку та вивчення поведінки споживачів ЛЗ. Дослідження поведінки покупців на споживчому сегменті фарм. ринку	2/2	11.04	10.04
15	Принципи маркетинг. дослідж. фарм. ринку та вивчення поведінки споживачів ЛЗ. Моделювання купівельної поведінки оптової фірми та організації-споживача на фармацевтичному ринку	2/2	18.04	17.04
16	Моделювання закономірностей фарм. ринку і дослідження маркетингових можливостей фарм. підпр-в. Дослідження кон'юнктури фармацевтичного ринку	2/1	25.04	24.04
17	Моделювання закономірностей фарм. ринку і дослідження маркетингових можливостей фарм. підпр-в. Визначення потреби в ЛЗ	2/1	02.05	01.05
18	Моделювання закономірностей фарм. ринку і дослідження маркетингових можливостей фарм. підпр-в. Сегментація фармацевтичного ринку та позиціонування ЛЗ	2/2	09.05	08.05
19	Моделювання закономірностей фарм. ринку і дослідження маркетингових можливостей фарм. підпр-в. Оцінювання та моделювання ринкових можливостей фармацевтичних підприємств. Бенчмаркінг у діяльності фарм. підпр-в	2/2	16.05	15.05
Всього:		38/42	I пара, Чт	II пара, Ср

Завідувач кафедри ОЕФ

проф. Громовик Б. П.