



## Силабус дисципліни вільного вибору «Міжнародний маркетинг у фармації»

<b>1. Загальна інформація</b>	
Назва факультету	фармацевтичний
Освітня наукова програма	22 Охорона здоров'я 226 Фармація, промислова фармація, третій (освітньо-науковий) рівень вищої освіти, денна форма
Навчальний рік	2020-2021
Назва дисципліни, код	ВК-1 «Міжнародний маркетинг у фармації» Kaf_organizationpharm@meduniv.lviv.ua
Кафедра (назва, адреса, телефон, e-mail)	Кафедра організації і економіки фармації 79010, м. Львів, вул. Пекарська, 75 Тел. (032) 276-86-39, 276-85-81 Kaf_organizationpharm@meduniv.lviv.ua
Керівник кафедри (контактний e-mail)	Громовик Богдан Петрович - доктор фармацевтичних наук, професор, hromovyk@gmail.com
Рік навчання	3
Семестр	6
Тип дисципліни/ модуль	Вибіркова
Викладачі	Громовик Богдан, д.фарм.н, професор, hromovyk@gmail.com
Erasmus так/ні	Ні
Особа, відповідальна за силабус	Громовик Богдан, д.фарм.н, професор, hromovyk@gmail.com
Кількість кредитів ECTS	2
Кількість годин	Всього: 60, з них лекції – 6, практичні заняття – 38, семінарські заняття – 3, самостійна робота – 13.
Мова навчання	Українська
Інформація про консультації	За графіком кафедри
<b>2. Коротка анотація до курсу</b>	
<p>Міжнародний маркетинг слід розглядати як складову всієї системи знань у галузі фармацевтичного маркетингу. Його генетичною основою є чинники просторового та географічного порядку, які пов'язані з діяльністю фармацевтичних підприємств на ринках інших країн. Він є наслідком інтернаціоналізації національної економіки і глобалізації світових фармацевтичних ринків та доповнює національно-державний фармацевтичний маркетинг. Вся робота з маркетингу, орієнтована на зарубіжні інтереси фармацевтичного підприємства, належить саме до його сфери. Міжнародний маркетинг у фармації – це маркетинг лікарських засобів за межами країни, де знаходиться організація.</p> <p>Вимоги міжнародного фармацевтичного маркетингу спонукають до розробки стратегічних планів, що здатні зробити фармацевтичне підприємство конкурентоздатним на ринках, яким властива зростаюча глобалізація.</p>	
<b>3. Мета і цілі курсу</b>	
<p>Метою викладання навчальної вибіркової дисципліни «Міжнародний маркетинг у фармації» є формування системи знань щодо сучасної концепції міжнародного фармацевтичного маркетингу і набуття практичних навичок для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності вітчизняних фармацевтичних підприємств на світовому та регіональному фармацевтичних ринках.</p> <p>Основними цілями навчальної вибіркової дисципліни «Міжнародний маркетинг у фармації» є:</p>	

- вивчення сутності й характерних особливостей форм міжнародного фармацевтичного маркетингу, методів дослідження економічного, соціально-культурного, політико-правового середовища маркетингової діяльності;
- засвоєння методичних засад проведення маркетингових досліджень, сегментації світового фармацевтичного ринку та вибору цільових ринків;
- обґрунтування моделей виходу фармацевтичних організацій на закордонні ринки, формування ефективного міжнародного фармацевтичного маркетингового комплексу.

#### 4. Пререквізити курсу

Навчальна вибіркова дисципліна «Міжнародний маркетинг у фармації» органічно пов'язана з такими дисциплінами, як «Менеджмент і фармацевтична організація», «Дослідження фармацевтичного ринку», які забезпечують глибинні знання зі спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація» галузі знань 22 «Охорона здоров'я».

#### 5. Програмні результати навчання

##### Список результатів навчання

Код результату навчання	Зміст результату навчання	Посилання на код матриці компетентностей
<i>Зн-1</i>	Знати сучасні інформаційні й комунікаційні технології	<i>ПРН 1</i>
<i>Зн-2</i>	Знати сучасні управлінські підходи до обґрунтування рішень	<i>ПРН 1</i>
<i>Зн-3</i>	Знати особливості генерування нових ідей, управління проектами, планування та розподілу часу, автономної праці	<i>ПРН 1</i>
<i>Зн-4</i>	Знати особливості фармацевтичної науки і практики	<i>ПРН 1</i>
<i>Зн-5</i>	Знати особливості виявлення потреби в додаткових знаннях у сфері фармації та за напрямком наукових досліджень	<i>ПРН 1</i>
<i>Зн-6</i>	Знати категорійно-понятійний апарат, новітні теорії, концепції, технології і методи, необхідні для розв'язання комплексних проблем фармації	<i>ПРН 1</i>
<i>Зн-7</i>	Знати особливості формулювання дослідницьких питань, розробки проєктів наукових досліджень	<i>ПРН 1</i>
<i>Ум-1</i>	Використовувати інформаційні й комунікаційні технології, знаходити, обробляти й аналізувати інформацію з різних джерел	<i>ПРН 4</i>
<i>Ум-2</i>	Вміти оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт	<i>ПРН 8, ПРН 9,</i>
<i>Ум-3</i>	Вміти генерувати нові ідеї, розробляти та керувати проектами, планувати та розподіляти час, працювати автономно	<i>ПРН 2</i>
<i>Ум-4</i>	Вміти у роботі використовувати особливості фармацевтичної науки і практики	<i>ПРН 3</i>
<i>Ум-5</i>	Вміти виявляти потребу в додаткових знаннях у сфері фармації та за напрямком наукових досліджень, генерувати наукові гіпотези	<i>ПРН 5, ПРН10</i>
<i>Ум-6</i>	Вміти застосовувати категорійно-понятійний апарат, новітні теорії, концепції, технології і методи, необхідні для розв'язання комплексних проблем фармації	<i>ПРН10</i>
<i>Ум-7</i>	Вміти формулювати дослідницькі питання, розробляти проєкти наукових досліджень	<i>ПРН 5, ПРН 6, ПРН 7</i>
<i>К-1</i>	Виявляти, ставити і вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення	<i>ПРН5</i>
<i>К-2</i>	Встановлювати комунікативні зв'язки в контексті нової професійної ситуації	<i>ПРН13, ПРН-14</i>
<i>К-3</i>	Доносити до зацікавлених осіб результати обробки й аналізу інформації з різних джерел	<i>ПРН 12, ПРН15</i>
<i>АВ-1</i>	Нести відповідальність за результати обробки й аналізу інформації з різних джерел	<i>ПРН11, ПРН13</i>
<i>АВ-2</i>	Нести відповідальність за прийняті рішення та результати оцінювання та забезпечення якості виконуваних робіт	<i>ПРН13</i>
<i>АВ-3</i>	Нести відповідальність за нові ідеї, результати управління проектами, планування та розподіл часу, результати автономної праці	<i>ПРН13</i>

<b>AB-4</b>	Нести відповідальність за результати розуміння предметної області за напрямком і тематикою фармацевтичних досліджень і професійної діяльності	<i>ПРНІЗ</i>
<b>AB-5</b>	Нести відповідальність за результати виявлення потреби в додаткових знаннях у сфері фармації та за напрямком наукових досліджень, а також генерування наукових гіпотез	<i>ПРНІЗ</i>
<b>AB-6</b>	Нести відповідальність за належне застосування категорійно-понятійного апарату, новітніх теорій, концепцій, технологій і методів, необхідних для розв'язання комплексних проблем фармації	<i>ПРНІЗ</i>
<b>AB-7</b>	Нести відповідальність за результати формулювання дослідницьких питань, розробки проектів наукових досліджень	<i>ПРНІЗ</i>

### 6. Формат і обсяг курсу

Формат курсу	Денна форма навчання	
Вид занять	Кількість годин	Кількість груп
лекції	<b>6</b>	1
практичні	<b>38</b>	1
семінари	<b>3</b>	1
самостійні	<b>13</b>	1

### 7. Тематика та зміст курсу

Код виду занять	Тема	Зміст навчання	Код результату навчання	Викладач
<i>Л-1</i> <i>П-1</i> <i>СР-1</i>	Сутність міжнародного фармацевтичного маркетингу та характеристика його середовища.	Характеристика світового фармацевтичного ринку. Особливості та основні цілі міжнародного фармацевтичного маркетингу. Сутність проактивних і реактивних мотивів виходу фармацевтичних фірм на міжнародний ринок. Напрямки державного регулювання зовнішньоекономічних зв'язків. Особливості економічного, політико-правового і культурного середовища міжнародного фармацевтичного маркетингу. Роль торговельних угод, митних союзів, міжнародних погоджень, організацій споживачів. Міжнародні правила інтерпретації комерційних термінів "Інкотермс".	Зн1-Зн7, Ум1-Ум7, К1-К3, АВ1-АВ7	Проф. Громовик Б.П.
<i>Л-2</i> <i>П-2</i> <i>СР-2</i>	Методи і форми виходу на міжнародний фармацевтичний ринок, управління міжнародним фармацевтичним маркетингом	Основні методи виходу на зовнішній фармацевтичний ринок. Напрямки організації спільних фармацевтичних підприємств. Характерні риси основних показників моделей виходу на зовнішній ринок. Форми реалізації міжнародного фармацевтичного маркетингу. Концепції міжнародного фармацевтичного маркетингу. Особливості планування маркетингу міжнародної фармацевтичної фірми. Принципи сегментації міжнародного ринку. Підходи до організація служби маркетингу міжнародної фармацевтичної фірми.	Зн1-Зн7, Ум1-Ум7, К1-К3, АВ1-АВ7	Проф. Громовик Б.П.
<i>Л-3</i> <i>П-3</i> <i>СР-3</i>	Рішення стосовно міжнародного маркетингу лікарських засобів. Ціноутворення у системі міжнародного фармацевтичного маркетингу.	Можливі рішення стосовно міжнародних препаратів. Проблеми характерні для міжнародної політики лікарських засобів. Суть і класифікаційні ознаки фальсифікація лікарських засобів та причини її появи. Суть проблем установа цін на міжнародні ліки. Процес розробки міжнародної цінової політики. Роль і результати державного управління у регулюванні цін на зовнішніх ринках.	Зн1-Зн7, Ум1-Ум7, К1-К3, АВ1-АВ7	Проф. Громовик Б.П.
<i>Л-4</i> <i>П-4</i> <i>СР-4</i>	Розповсюдження і просування лікарських засобів на	Особливість каналів міжнародного розподілу. Напрямки горизонтальної інтеграції на міжнародному фармацевтичному ринку. Характерні риси вертикальної інтеграції і диверсифікованості на міжнародному фармацевтичному	Зн1-Зн7, Ум1-Ум7, К1-К3, АВ1-АВ7	Проф. Громовик Б.П.



Шкали оцінювання	традиційна 4-бальна шкала, багатобальна (200-бальна) шкала, рейтингова шкала ECTS	
Умови допуску до підсумкового контролю	До підсумкового контролю допускаються студенти, які відвідали усі передбачені навчальною програмою аудиторні заняття, виконали усі види робіт, передбачені програмою та одержали оцінки, достатні для конвертації у мінімальну кількість балів (не менше ніж 120 балів за поточну успішність).	
Залік	Полягає в оцінці засвоєння студентом навчального матеріалу виключно на підставі результатів виконання ним певних видів робіт на практичних заняттях та під час самостійної роботи. Семестровий залік проводиться на останньому занятті з дисципліни. Залік з дисципліни виставляється за результатами поточного контролю та виражається за двобальною шкалою: «зараховано» або «не зараховано».	Максимальна кількість балів - 200. Мінімальна кількість балів - 120

### 9. Політика курсу

<p>Кожен здобувач вищої освіти повинен ознайомитися і слідувати:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Кодексу академічної етики Львівського національного медичного університету імені Данила Галицького (<a href="http://nauka.meduniv.lviv.ua/wp-content/uploads/2020/04/kodeks-akademichnoyi-etiki.pdf">http://nauka.meduniv.lviv.ua/wp-content/uploads/2020/04/kodeks-akademichnoyi-etiki.pdf</a>) та Методичним рекомендаціям з підтримки принципів академічної доброчесності (<a href="https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/else/quality_dept/07.Академічна_доброчесність/03.Методичні_рекомендації.pdf">https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/else/quality_dept/07.Академічна_доброчесність/03.Методичні_рекомендації.pdf</a>);</li> <li>– Статуту (<a href="https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/dept/law_dept/01.Статут/statut_2018.pdf">https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/dept/law_dept/01.Статут/statut_2018.pdf</a>) і Правилам внутрішнього трудового розпорядку (<a href="https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/dept/human_resources_dept/02.Правила%20внутрішнього%20трудового%20розпорядку/01.Правила%20внутрішнього%20трудового%20розпорядку.pdf">https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/dept/human_resources_dept/02.Правила%20внутрішнього%20трудового%20розпорядку/01.Правила%20внутрішнього%20трудового%20розпорядку.pdf</a>) університету;</li> <li>– Стратегії та процедурам забезпечення якості освіти (<a href="https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/else/quality_dept/01.Стратегія%20політика_та%20процедури_забезпечення_якості_освіти/01.Стратегія_та_процедури_забезпечення_якості_освіти.pdf">https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/else/quality_dept/01.Стратегія%20політика_та%20процедури_забезпечення_якості_освіти/01.Стратегія_та_процедури_забезпечення_якості_освіти.pdf</a>);</li> <li>– Положенням про організацію освітнього процесу (<a href="https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/dept/nv_dept/09.Документи_з_організації_освітнього_процесу/01.Положення_про_організацію_освітнього_процесу_ЛНМУ.pdf">https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/dept/nv_dept/09.Документи_з_організації_освітнього_процесу/01.Положення_про_організацію_освітнього_процесу_ЛНМУ.pdf</a>) та про критерії, правила і процедуру оцінювання результатів навчальної діяльності (<a href="https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/dept/nv_dept/09.Документи_з_організації_освітнього_процесу/02.Критерії_і_правила_оцінювання.pdf">https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/dept/nv_dept/09.Документи_з_організації_освітнього_процесу/02.Критерії_і_правила_оцінювання.pdf</a>).</li> </ul> <p>Для успішного засвоєння навчального курсу здобувач вищої освіти зобов'язаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- брати активну участь у навчальному процесі, зокрема належно вивчати навчальний матеріал за кожною темою;</li> <li>- не пропускати лекції та практичні заняття без поважної причини, а у разі хвороби надати довідку;</li> <li>- не запізнюватися на лекції та практичні заняття;</li> <li>- своєчасно відпрацьовувати пропущені заняття;</li> <li>- готуватися до практичних занять і підтримувати зворотний зв'язок під час їх проведення;</li> <li>- своєчасно й акуратно виконувати завдання для СРС;</li> <li>- відключити мобільний телефон під час лекцій та практичних занять;</li> <li>- брати належну участь у контрольних заходах (поточний контроль, контроль СРС, підсумковий контроль), у ході яких підказки та списування недопустимі.</li> </ul> <p>Будь-яке копіювання або відтворення результатів чужої праці, якщо тільки робота не має груповий формат, використання завантажених з Інтернету матеріалів кваліфікується як порушення норм і правил академічної доброчесності та передбачає притягнення винного до відповідальності за чинними нормативними документами.</p> <p>Результатом невиконання та / або недотримання політики навчального курсу може бути оцінка «незадовільно».</p>		
---	--	--

### 10. Література

#### Основна (базова)

1. Громовик Б. П., Гасюк Г. Д., Левицька О. Р. Менеджмент і маркетинг у фармацевтиці.

<p>підручник; за ред. д-ра фарм. наук, проф. Б. П. Громова. К.: Медицина, 2008. 752 с.</p> <p>2. Громовик Б. П., Гасюк Г. Д., Левицька О. Р. Фармацевтичний маркетинг: Теоретичні та прикладні засади / Б. П. Громовик, Г. Д. Гасюк, О. Р. Левицька. Вінниця: Нова книга, 2004. 464 с.</p> <p><b>Допоміжна</b></p> <p>1. Барановська М.І. Міжнародний маркетинг. К.: ЦУЛ, 2013. 302 с.</p> <p>2. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: навч. посібн. К.: Кондор, 2007. 152 с.</p> <p>3. Мальська М.П. Міжнародна маркетингова діяльність: теорія та практика. К.: ЦУЛ, 2013. 288 с.</p> <p>4. Міжнародний маркетинг : підручник / Я. С. Ларіна, О. І. Бабічева, Р. І. Буряк та ін. ; за ред. О. І. Бабічевої. К. : Видавничий дім «Гельветика», 2018. 452 с.</p> <p>5. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. К. : НАУ, 2019. 164 с.</p> <p>6. Міжнародний маркетинг: навч. посібн.; за ред. Ю. Г. Козака. Київ : «Центр учбової літератури», 2014. 294 с.</p> <p>7. Мних О. Б. Актуальні проблеми управління ринковою вартістю міжнародних компаній. Стратегія економічного розвитку України: збірник наукових праць Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана. К.: КНЕУ, 2014. С. 13-19.</p> <p>8. Рахман М. С. Міжнародний маркетинг : навч. посібн. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 180 с.</p> <p>9. Черномаз П.О. Міжнародний маркетинг. К.: Академвидав, 2010. 272 с.</p> <p>10. Чумаченко Т.М. Міжнародний маркетинг. Дніпропетровськ: НГУ, 2012. 210 с.</p>
<p><b>11. Обладнання, матеріально-технічне і програмне забезпечення дисципліни/ курсу</b></p> <p>Робоча навчальна програма з дисципліни. Мультимедійне забезпечення лекцій.</p> <p>Тези лекцій з дисципліни.</p> <p>Методичні рекомендації до практичних і семінарських занять здобувачів вищої освіти.</p> <p>Методичні матеріали, що забезпечують самостійну роботу здобувачів вищої освіти. Тестові та контрольні завдання до практичних занять.</p> <p>Питання та завдання до підсумкового контролю. Методичні рекомендації для викладача.</p> <p>Навчальна платформа MISA.</p> <p>Онлайн система неперервної фармацевтичної освіти AdFarm S.A.</p> <p>Комп'ютерний клас на 16 робочих місць, підключених до локальної мережі університету із прямим виходом в мережу Інтернет.</p>
<p><b>12. Додаткова інформація</b></p> <p>Відповідальна за освітній процес на кафедрі – доцент Дорикевич К.І. Практичні заняття проводяться за адресою: вул. Пекарська, 75, корпус НВА</p> <p>Веб-сайт кафедри: <a href="https://new.meduniv.lviv.ua/kafedry/kafedra-organizatsiyi-i-ekonomiky-farmatsiyi/">https://new.meduniv.lviv.ua/kafedry/kafedra-organizatsiyi-i-ekonomiky-farmatsiyi/</a></p>

*Укладачі силабуса:*

Громовик Б. П., д.фарм.н., професор

Левицька О. Р., кандидат фарм. наук, доцент

Завідувач кафедри ОЕФ: проф. Громовик Б. П.