



Силабус навчальної дисципліни Фармацевтичний менеджмент і маркетинг

1. Загальна інформація	
Назва факультету	фармацевтичний
Освітня програма	галузь знань 22 «Охорона здоров'я» спеціальність 226 «Фармація, промислова фармація» освітня програма <i>магістра фармації</i> форма навчання <i>денна / заочна</i>
Навчальний рік	2023-2024
Назва дисципліни, код	ОК 32. Фармацевтичний менеджмент і маркетинг
Кафедра	Організації і економіки фармації вул. Пекарська, 75, 79010 Львів, Україна Тел. (032) 276-86-39, 276-85-81 Kaf_organizationpharm@meduniv.lviv.ua
Керівник кафедри	Професор Громовик Богдан Петрович hromovyk@gmail.com
Рік навчання	4,5
Семестр	VII - IX семестри
Тип дисципліни/модуль	Обов'язкова
Викладачі	Богдан Громовик, д.фарм.н., професор; hromovyk@gmail.com Оксана Левицька, д.фарм.н, доцент; levytska.oksana@gmail.com Катерина Дорикевич, к.фарм.н, доцент; kpushak@gmail.com Ірина Чухрай, к.фарм.н., асистент; iryna_chukhray@ukr.net Артем Горілик, к.фари.н., ст.викл.; horilyk@gmail.com
Erasmus так/ні	Ні
Особа, відповідальна за	Оксана Левицька, levytska.oksana@gmail.com

силабус	
Кількість кредитів ECTS	9 кредитів / 270 год.
Кількість годин (лекції/практичні заняття/самостійна робота студентів)	Денна форма навчання: 28/100/142 Заочна форма навчання: 16/38/216
Мова навчання	Українська, англійська
Інформація про консультації	За графіком кафедри
2. Коротка анотація до курсу	
Загальна характеристика, короткий опис курсу, особливості, переваги	
Опис навчальної дисципліни (анотація)	
<p>Фармацевтичний менеджмент і маркетинг є однією із завершальних складових у комплексі професійно-орієнтованих навчальних дисциплін, що формують магістрів фармації. Вона уможливорює формування у здобувачів вищої фармацевтичної освіти (ЗВФО) сучасне управлінське і ринкове мислення.</p> <p>Предметом вивчення навчальної дисципліни є закономірності, принципи формування, функціонування та розвитку системи управління фармацевтичною організацією, а також маркетингова філософія та методи господарювання в умовах конкуренції.</p>	
3. Мета і цілі курсу	
<p>3.1.Метою викладання навчальної дисципліни «Фармацевтичний менеджмент і маркетинг» є наділити здобувачів вищої фармацевтичної освіти комплексом професійних компетенцій щодо створення цілісної системи успішного управління фармацевтичною організацією, у т.ч. необхідних для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>3.2.Основними завданнями вивчення дисципліни «Фармацевтичний менеджмент і маркетинг» є: -формування у ЗВФО професійних знань, умінь та уявлень щодо створення цілісної, ефективної та гнучкої системи управління фармацевтичною організацією в умовах постійно змінюваного ринкового середовища; -забезпечення теоретичної бази для вивчення інших дисциплін навчального плану; -створення освітньої бази, яка визначає професійну компетентність та загальну ерудицію магістра фармації.</p> <p>3.3 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).</p> <p style="text-align: center;">Навчальна дисципліна «Фармацевтичний менеджмент і маркетинг» забезпечує набуття</p>	

ЗВФО 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.

4. Пререквізити курсу

Фармацевтичний менеджмент і маркетинг завершує комплекс профільних дисциплін, що формують магістрів фармації. Вивчення навчальної дисципліни:

1. Базується на загальних знаннях таких навчальних дисциплін як «Біоетика», «Етика і деонтологія у фармації», «Інформаційні технології у фармації», «Фармацевтичне право та законодавство», «Організація та економіка у фармації».

2. Закладає основи вивчення здобувачами вищої фармацевтичної освіти таких дисциплін як „Медичне та фармацевтичне товарознавство”, «Соціальна фармація», «Система якості у фармації» та «Належні практики у фармації», що передбачає інтеграцію викладання з цими дисциплінами на формування умінь застосовувати знання з фармацевтичного менеджменту і маркетингу у процесі подальшого навчання й у професійній діяльності магістрів фармації.

5. Програмні результати навчання

Інтегративні кінцеві програмні результати навчання, формуванню яких сприяє дисципліна «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг»:

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).

Список результатів навчання

Код результату навчання	Зміст результату навчання	Посилання на код матриці компетентностей
<i>Зн-1</i>	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	ПРН01-ПРН09, ПРН16-ПРН18, ПРН21, ПРН26, ПРН27
<i>УМ1</i>	Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур	ПРН01-ПРН09, ПРН16-ПРН18, ПРН21, ПРН26, ПРН27
<i>УМ2</i>	Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі у широких мультидисциплінарних контекстах	ПРН01-ПРН09, ПРН16-ПРН18, ПРН21, ПРН26, ПРН27
<i>УМ3</i>	Здатність розв'язувати проблеми у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності	ПРН01-ПРН09, ПРН16-ПРН18, ПРН21, ПРН26, ПРН27
<i>К1</i>	Зрозуміле і недвозначне донесення власних знань, висновків та аргументації до фахівців і нефахівців, зокрема, до осіб, які навчаються	ПРН01-ПРН09, ПРН16-ПРН18, ПРН21, ПРН26, ПРН27
<i>АВ1</i>	Управління робочими або навчальними процесами, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів	ПРН01-ПРН09, ПРН16-ПРН18, ПРН21, ПРН26, ПРН27
<i>АВ2</i>	Відповідальність за внесок до професійних знань і практики та/або оцінювання результатів діяльності команд та колективів	ПРН01-ПРН09, ПРН16-ПРН18, ПРН21, ПРН26, ПРН27
<i>АВ3</i>	Здатність продовжувати навчання з високим ступенем автономії	ПРН01-ПРН09, ПРН16-ПРН18, ПРН21, ПРН26, ПРН27
6. Формат і обсяг курсу		
Формат курсу	Денний / заочний	
Вид занять	Кількість годин денна форма навчання / заочна форма навчання	Кількість груп

лекції	28 / 16		9 / 4	
практичні	100 / 38		9 / 4	
семінари	- / -			
самостійні	142 / 216		9 / 4	
7. Тематика та зміст курсу				
Код виду занять	Тема	Зміст навчання	Код результату навчання	Викладач
<i>Денна форма навчання</i>				
Л-1	Менеджмент: сутність, розвиток та зміст	Управлінські революції. Сутність сучасних управлінських теорій. Етапи розвитку світової економіки. Сутність менеджменту, маркетингу та логістики як теорій управління.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Дорикевич К.І. Доц. Левицька О. Р.
Л-2	Організація як система і об'єкт управління	Організація як відкрита система. Класифікація організацій. Загальні риси й умови успіху організації. Характеристика етапів життєвого циклу організації. Процес управління організацією.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Дорикевич К.І. Доц. Левицька О. Р.
Л-3	Суб'єкти фармацевтичного підприємства та умови їх господарювання	Сутність, принципи й основні риси підприємства. Класифікація підприємств та умови здійснення підприємницької діяльності. Організаційні форми підприємницької діяльності. Організаційно-правові форми об'єднань підприємств. Порядок державної реєстрації фармацевтичних підприємств. Підприємницькі ризики та збитки.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Дорикевич К.І. Доц. Левицька О. Р.
Л-4	Функції фармацевтичного менеджменту	Сутність та взаємозв'язок функцій менеджменту. Класифікація Планування та організування як загальні функції менеджменту. Основні змістові та процесійні теорії мотивування. Сутність і класифікація контролювання. Регулювання як загальна функція менеджменту.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Дорикевич К.І. Доц. Левицька О. Р.

Л-5	Сполучні процеси у фармацевтичному менеджменті Керівництво та лідерство у фармацевтичних організаціях	Сутність і класифікація управлінських рішень. Види комунікацій, характеристика комунікаційного процесу. Автоматизація управлінської діяльності. Сутність керівництва, лідерства та влади. Форми влади. Сучасні підходи до керівництва. Види стилів керівництва. Сутність, причини та види конфліктів. Управління конфліктами. Стили поведінки у конфліктній ситуації. Характеристика стресу. Напрямки подолання стресів.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Дорикевич К.І. Доц. Левицька О. Р.
Л-6	Управління трудовими відносинами та персоналом фармацевтичної організації (HR-менеджмент) в умовах цифрової економіки	Загальні положення Кодексу законів про працю України. Правове забезпечення трудових відносин. Робочий час та час відпочинку. Мотивування праці, гарантії та компенсації у процесі трудової діяльності. Правове регулювання праці, трудової дисципліни та трудових суперечок. HR-менеджмент в системі управління фармацевтичною організацією: сутність та роль. HR-політика фармацевтичної організації та її складові. Професійний набір та використання персоналу фармацевтичної організації. Джерела отримання інформації про потенційних працівників фармацевтичної організації. Сутність та методи оцінювання персоналу. Ротація та плинність кадрів у фармацевтичній організації. Види атестацій персоналу. Навчання персоналу. Трудова кар'єра у фармацевтичних організаціях. Моделі кар'єри. Цифровізація менеджменту управління персоналом. Напрямки використання цифрових технологій в HR-менеджменті.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Дорикевич К.І. Доц. Левицька О. Р.
Л-7	Загальні положення фармацевтичного маркетингу	Характеристика та класифікація фармацевтичного ринку. Елементи інфраструктури фармацевтичного ринку. Сутність та розвиток маркетингових концепцій. Складові маркетингової діяльності	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Дорикевич К.І. Доц. Левицька О. Р.

		фармацевтичних підприємств.		
Л-8	Функціональне забезпечення маркетингової діяльності фармацевтичних фірм	Опрацювання стратегії і тактики фармацевтичного маркетингу. Принципи маркетингового контролювання. Концепція маркетингової інформаційної системи.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Дорикевич К.І. Доц. Левицька О. Р.
Л-9	Принципи маркетингового дослідження фармацевтичного ринку та вивчення поведінки споживачів ЛЗ.	Організація процесу, його етапи та технологія маркетингового дослідження. Вивчення поведінки споживачів на фармацевтичному ринку. Моделювання купівельної поведінки організації-споживача на фармацевтичному ринку.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Дорикевич К.І. Доц. Левицька О. Р.
Л-10	Моделювання закономірностей фармацевтичного ринку та дослідження маркетингових можливостей фармацевтичних підприємств	Дослідження кон'юнктури фармацевтичного ринку. Визначення потреби в ЛЗ. Сегментація фармацевтичного ринку і позиціонування ЛЗ. Вибір цільових сегментів ринку. Оцінювання та моделювання ринкових можливостей фармацевтичних підприємств. Бенчмаркінг у діяльності фармацевтичних підприємств: його сутність та види. Принципи та етапи процесу бенчмаркінгу.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Дорикевич К.І. Доц. Левицька О. Р.
Л-11	Продуктова політика фармацевтичних підприємств	Асортиментна політика фармацевтичного підприємства. Класифікації ЛЗ і ВМП. Управління асортиментом фармацевтичних товарів. Аналіз асортименту ЛЗ. Розроблення нових ЛЗ. Характеристика етапів життєвого циклу ЛЗ. Якість і конкурентоспроможність ЛЗ. Характеристика методик визначення конкуренто-спроможності. Товарні знаки, бренди й упаковка ЛЗ. Стратегії використання товарних марок.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Дорикевич К.І. Доц. Левицька О. Р.
Л-12	Цінова політика фармацевтичних підприємств	Чинники ціноутворення й еластичність попиту на лікарські засоби. Основні стратегії ціноутворення на лікарські засоби. Моделі та методи ціноутворення на ЛЗ. Аналізування цінової кон'юнктури фармацевтичного ринку.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Дорикевич К.І. Доц. Левицька О. Р.
Л-13	Збутова політика фармацевтичних підприємств	Варіанти структур каналів розподілу (методів збуту) ЛЗ. Довжина і ширина традиційних каналів розподілу ЛЗ. Маркетингові	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Проф. Громовик Б.П. Доц. Дорикевич К.І. Доц. Левицька О. Р.

	підприємств. Фармацевтична логістика.	фармацевтичні системи. Стратегії розподілу ЛЗ: пряма, ешелонована та гнучка. Поняття і види фармацевтичної логістики. Функціональні види фармацевтичної логістики. Допоміжні складові фармацевтичної логістики.		
Л-14	Просування лікарських засобів на ринку. Цифровий маркетинг у фармації.	Система маркетингових комунікацій фармацевтичного підприємства: реклама ЛЗ, „паблік рилейшнз“ фармацевтичного підприємства, персональний продаж і стимулювання збуту ЛЗ. Мерчандайзинг в аптеках. Цифровий маркетинг у фармації.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Дорикевич К.І. Доц. Левицька О. Р.
П-1, СРС-1	Менеджмент: сутність, розвиток та зміст.	Сутність менеджменту, маркетингу та логістики як сучасних теорій управління. Українська терміносистема менеджменту.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-2, СРС-2	Менеджмент: сутність, розвиток та зміст.	Етапи розвитку менеджменту. Класична (адміністративна) школа управління. Школи людських стосунків і поведінкових наук. та ринково орієнтовані школи. Школа науки управління. Порівняльна характеристика японської та американської моделей менеджменту.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-3, СРС-3	Менеджмент: сутність, розвиток та зміст.	Менеджер та підприємець як суб'єкти управління. Суб'єкти та рівні управління. Характерні риси менеджера та підприємця. Ролі, притаманні менеджеру, згідно з класифікацією Генрі Мінцберга. Соціально-етичні аспекти менеджменту. Поділ праці на рівні управління.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-4, СРС-4	Організація як система і об'єкт управління. Сутність та класифікація організацій. Життєвий цикл організації.	Сучасні підходи до класифікації організацій. Загальні риси й умови успіху організації. Характеристика етапів життєвого циклу організації.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-5, СРС-5	Організація як система і об'єкт управління. Колективи (групи)	Причини виникнення й основні типи формальних груп. Сутність і характеристики неформальних груп.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.

	працівників у організації			
П-6, СРС-6	Організація як система і об'єкт управління. Фактори впливу на організацію. Процес управління організацією	Сутність і класифікація чинників впливу на організацію. Реакції організації на зміни в зовнішньому середовищі та регулювання його умов. Характеристика чинників внутрішнього середовища, зовнішнього середовища прямої та непрямой дії. Характеристика етапів процесу управління організацією. Керуюча та керована системи організації.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-7, СРС-7	Суб'єкти фармацевтичного підприємства та умови їх господарювання.	Підприємництво та підприємства у фармації. Організаційні форми підприємницької діяльності. Господарські товариства, об'єднання підприємств.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-8, СРС-8	Суб'єкти фармацевтичного підприємства та умови їх господарювання.	Порядок реєстрації та ліцензування підприємницької діяльності у фармації	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-9, СРС-9	Суб'єкти фармацевтичного підприємства та умови їх господарювання.	Господарський (підприємницький) ризик. Ризики зовнішнього та внутрішнього середовища фармацевтичних підприємств. Підприємницькі збитки. Способи зниження ризиків фармацевтичних підприємств. Припинення підприємницької діяльності фармацевтичного підприємства. Банкрутство та загальний порядок ліквідації фармацевтичного підприємства.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-10, СРС-10	Функції фармацевтичного менеджменту. Планування та організування як загальні функції менеджменту	Планування як загальна функція менеджменту. Стратегічне планування та його етапи. Поточне та оперативне планування як різновиди тактичного планування. Сутність функції організування й основних типів організаційних структур управління. Характерні риси комбінованих організаційних структур управління.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-11, СРС-11	Функції фармацевтичного менеджменту. Мотивування	Сутність мотивування. Характерні риси основних змістових та процесійних теорій мотивування. Сутність і класифікація контролювання. Регулювання як	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.

	, контролювання та регулювання як загальні функції менеджменту	загальна функція менеджменту.		
П-12, СРС-12	Методи фармацевтичного менеджменту	Економічні, технологічні, соціально-психологічні та адміністративні методи менеджменту. Належні практики у фармації.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-13, СРС-13	Сполучні процеси у фармацевтичному менеджменті. Управлінські рішення	Сутність і класифікація управлінських рішень. Чинники, що впливають на процес їх прийняття. Умови та моделі успішного прийняття управлінських рішень. Етапи процесу вироблення раціональних управлінських рішень. Делегування організаційних повноважень і відповідальності.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-14, СРС-14	Сполучні процеси у фармацевтичному менеджменті. Комунікації та інформація у менеджменті	Сутність і класифікація комунікацій. Характеристика комунікаційного процесу. Інформаційне забезпечення комунікаційного процесу. Форми колективного обміну управлінською інформацією. Роль цифрових комунікацій. Поняття перешкод у сполучних процесах, способи їх подолання. Класифікація управлінської інформації.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-15, СРС-15	Керівництво та лідерство у фармацевтичних організаціях.	Сутність керівництва, лідерства і влади у фармацевтичних організаціях. Форми влади. Сучасні підходи до керівництва. Види стилів керівництва.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-16, СРС-16	Керівництво та лідерство у фармацевтичних організаціях. Конфлікти та стреси як об'єкти керівництва	Сутність, причини та види конфліктів. Управління конфліктами. Стили поведінки у конфліктній ситуації. Характеристика стресу. Напрямки подолання стресів.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-17, СРС-17	Управління трудовими відносинами фармацевтичних організацій.	Характерні риси колективного та трудового договорів. Особливості випробування під час приймання на роботу. Переведення на іншу роботу та припинення трудового договору.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.

	Правове забезпечення трудових відносин			
П-18, СРС-18	Управління трудовими відносинами фармацевтичних організацій. Робочий час та час відпочинку	Робочий час. Сутність та характеристика відпочинку від роботи. Порядок і умови надання щорічних відпусток працівникам. Види соціальних відпусток.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-19, СРС-19	Управління трудовими відносинами фармацевтичних організацій. Мотивування праці, гарантії та компенсації для працівників	Оплата праці. Гарантії для окремих категорій працівників. Умови одержання компенсацій різними категоріями працівників.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-20, СРС-20	Управління персоналом фармацевтичної організації (HR-менеджмент) в умовах цифрової економіки.	HR-менеджмент в системі управління фармацевтичною організацією: сутність та роль. HR-політика фармацевтичної організації та її складові.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-21, СРС-21	Управління персоналом фармацевтичної організації (HR-менеджмент) в умовах цифрової економіки.	Професійний набір та використання персоналу фармацевтичної організації. Джерела отримання інформації про потенційних працівників фармацевтичної організації. Сутність та методи оцінювання персоналу. Ротація та плинність кадрів у фармацевтичній організації. Види атестацій персоналу. Навчання персоналу. Трудова кар'єра у фармацевтичних організаціях. Моделі кар'єри.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-22, СРС-22	Управління персоналом фармацевтичної організації (HR-менеджмент)	Цифровізація менеджменту управління персоналом. Напрямки використання цифрових технологій в HR-менеджменті.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	

	в умовах цифрової економіки.			
П-23, СРС-23	Загальні положення фармацевтичного маркетингу. Характеристика та класифікація фармацевтичного ринку	Фармацевтичний ринок, його суб'єкти та об'єкт. Ознаки, за якими класифікується фармацевтичний ринок. Елементи інфраструктури фармацевтичного ринку.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-24, СРС-24	Загальні положення фармацевтичного маркетингу. Сутність і розвиток маркетингових концепцій фармацевтичних організацій	Сутність фармацевтичного маркетингу. Маркетингові концепції. Цілі та види фармацевтичного маркетингу залежно від стану попиту.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-25, СРС-25	Загальні положення фармацевтичного маркетингу. Складові маркетингової діяльності фармацевтичних підприємств	Модель маркетингової діяльності фармацевтичних підприємств. Комплекс маркетингу.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-26, СРС-26	Функціональне забезпечення маркетингової діяльності.	Опрацювання стратегії та тактики фармацевтичного маркетингу. Моделювання бізнес-плану фармацевтичного підприємства. Типи маркетингового контролювання. Характеристика оперативного контролювання. Стратегічне контролювання маркетингу.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-27, СРС-27	Функціональне забезпечення маркетингової діяльності. Маркетингове середовище фармацевтичного підприємства. Концепція маркетингової	Структура маркетингового середовища фармацевтичного підприємства. Сутність маркетингової інформаційної системи. Характеристика систем внутрішньої звітності і та зовнішньої поточної інформації. Характеристика системи маркетингових досліджень і аналітичної системи маркетингу	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.

	інформаційної системи			
П-28, СРС-28	Принципи маркетингового дослідження фармацевтичного ринку та вивчення споживачів ЛЗ.	Суть і класифікація маркетингових досліджень. Етапи процесу маркетингового дослідження. Організація процесу маркетингового дослідження	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-29, СРС-29	Принципи маркетингового дослідження фармацевтичного ринку та вивчення поведінки споживачів ЛЗ.	Технологія маркетингового дослідження поведінки споживачів ЛЗ. Характеристика первинної та вторинної маркетингової інформації. Характеристика методів збирання первинної інформації. Способи зв'язку з аудиторією.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-30, СРС-30	Принципи маркетингового дослідження фармацевтичного ринку та вивчення споживачів ЛЗ.	Споживчий ринок і чинники, які впливають на поведінку споживача на ньому. Процес прийняття рішення про придбання безрецептурного ЛЗ, призначення рецептурних ЛЗ.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-31, СРС-31	Принципи маркетингового дослідження фармацевтичного ринку та вивчення поведінки споживачів ЛЗ.	Чинники, що впливають на купівельну поведінку організації-споживача на фармацевтичному ринку. Моделювання купівельної поведінки оптової фірми та організації-споживача на фармацевтичному ринку	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-32, СРС-32	Моделювання закономірностей фармацевтичного ринку та дослідження маркетингових можливостей фармацевтичних підприємств.	Дослідження кон'юнктури фармацевтичного ринку. Потенціал та місткість фармацевтичного ринку.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-33, СРС-33	Моделювання закономірностей фармацевтичного ринку та дослідження маркетингови	Визначення потреби в лікарських засобах	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.

	х можливостей фармацевтич них підприємств.			
П-34, СРС-34	Моделювання закономірност ей фармацевтич ного ринку та дослідження маркетингови х можливостей фармацевтич них підприємств.	Сегментація фармацевтичного ринку: сутність і принципи. Вибір цільових сегментів фармацевтичного ринку. Позиціонування ЛЗ.	ЗН1, УМ1- УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-35, СРС-35	Моделювання закономірност ей фармацевтич ного ринку та дослідження маркетингови х можливостей фармацевтич них підприємств. Оцінювання та моделювання ринкових можливостей фармацевтич них підприємств. Бенчмаркінг у діяльності фармацевтич них підприємств	Проектування діяльності фармацевтичних підприємств за допомогою SWOT-аналізу, матриці Ансоффа. Аналізування фармацевтичного «портфелю» підприємства за допомогою матриці БКГ. Сутність бенчмаркінгу та його види. Принципи й етапи бенчмаркінгу.	ЗН1, УМ1- УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-36, СРС-36	Маркетингов а політика ЛЗ. Асортиментн а політика фармацевтич них підприємств.	Класифікації ЛЗ і МВ. Види й управління асортиментом фармацевтичних товарів. Аналіз та розширення асортименту ЛЗ. Характеристика етапів життєвого циклу ЛЗ.	ЗН1, УМ1- УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-37, СРС-37	Маркетингов а політика ЛЗ.	Якість і конкурентоспроможність ЛЗ. Характеристика методик визначення конкурентоспроможності ЛЗ.	ЗН1, УМ1- УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-38, СРС-38	Маркетингов а політика ЛЗ.	Товарні знаки, бренди й упаковка ЛЗ. Стратегії використання товарних	ЗН1, УМ1- УМ3, К1,	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І.,

		марок.	AB1-AB3	Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-39, СРС-39	Цінова політика фармацевтичних підприємств.	Основні чинники формування можливої ціни на ЛЗ. Цінова еластичність попиту на ЛЗ.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-40, СРС-40	Цінова політика фармацевтичних підприємств.	Стратегії ціноутворення щодо фармацевтичного ринку («проникнення» на ринок; цінового лідера; стратегія щодо показників «ціна - якість»; стратегія «асоційованого» ринку).	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-41, СРС-41	Цінова політика фармацевтичних підприємств.	Моделі та методи ціноутворення на ЛЗ. Методи ціноутворення на ЛЗ, що належать до витратної моделі. Методи моделі ціноутворення на ЛЗ, що ґрунтуються на ринковому попиті. Методи ціноутворення, що належать до конкурентної моделі. Аналіз безбиткової діяльності. Дослідження цінової кон'юнктури фармацевтичного ринку.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-42, СРС-42	Збутова політика фармацевтичних підприємств.	Раціональна система збуту ЛЗ. Варіанти структур розподілу (методів збуту) ЛЗ. Довжина та ширина каналів розподілу ЛЗ.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-43, СРС-43	Збутова політика фармацевтичних підприємств.	Стратегії розподілу лікарських засобів (пряма, ешелонована та гнучка). Маркетингові фармацевтичні системи. Вибір систем розподілу ЛЗ	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-44, СРС-44	Збутова політика фармацевтичних підприємств. Фармацевтична логістика.	Поняття фармацевтичної логістики. Основні (функціональні) та допоміжні види фармацевтичної логістики	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-45, СРС-45	Просування лікарських засобів на ринку.	Система маркетингових комунікацій фармацевтичного підприємства. Чинники, які визначають структуру системи маркетингових комунікацій.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-46, СРС-46	Просування лікарських засобів на ринку.	Реклама та PR-діяльність, персональний продаж і стимулювання збуту як складові системи маркетингових комунікацій. Мерчандайзинг в аптеках.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-47, СРС-47	Просування лікарських засобів на	Цифровий маркетинг у фармації	ЗН1, УМ1-УМ3, К1,	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І.,

	ринку.		AB1-AB3	Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-48, СРС-48	Базові засади міжнародного фармацевтичного маркетингу.	Сутність і цілі міжнародного фармацевтичного маркетингу. Характеристика світового фармацевтичного ринку. Проактивні та реактивні мотиви початку діяльності на зовнішніх ринках. Етапи виходу фармацевтичної фірми на зовнішній ринок.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, AB1-AB3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-49, СРС-49	Формування комплексу міжнародного фармацевтичного маркетингу.	Стратегії маркетингового комплексу на міжнародному фармацевтичному ринку. Ціноутворення в системі міжнародного фармацевтичного маркетингу. Поширення та просування ЛЗ на міжнародному ринку.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, AB1-AB3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-50, СРС-50	Представництва фармацевтичних підприємств – важливий суб'єкт міжнародного ринку	Особливості діяльності представництв фармацевтичних підприємств. Принципи роботи представництв фармацевтичних фірм.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, AB1-AB3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
Заочна форма навчання				
Л-1	Сутність та еволюція менеджменту. Організації фармацевтичної системи як об'єкти управління	Управлінські революції. Сутність сучасних управлінських теорій. Етапи розвитку світової економіки. Сутність менеджменту, маркетингу та логістики як теорій управління. Організація як відкрита система. Класифікація організацій. Загальні риси й умови успіху організації. Характеристика етапів життєвого циклу організації. Процес управління організацією.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, AB1-AB3	Доц. Левицька О. Р., Доц. Дорикевич К.І.
Л-2	Суб'єкти фармацевтичного підприємництва та умови їх господарювання	Сутність, принципи й основні риси підприємництва. Класифікація підприємств та умови здійснення підприємницької діяльності. Організаційні форми підприємницької діяльності.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, AB1-AB3	Доц. Левицька О. Р., Доц. Дорикевич К.І.
Л-3	Функції фармацевтичного менеджменту	Сутність та взаємозв'язок функцій менеджменту. Класифікація функцій менеджменту за ознакою процесів управління, об'єктом управління та елементами	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, AB1-AB3	Доц. Левицька О. Р., Доц. Дорикевич К.І.

		виробничо-господарської діяльності. Планування та організування як загальні функції менеджменту. Основні змістові та процесійні теорії мотивування. Сутність і класифікація контролювання. Регулювання як загальна функція менеджменту.		
Л-4	Сполучні процеси у фармацевтичному менеджменті. Керівництво та лідерство у фармацевтичних організаціях	Сутність і класифікація управлінських рішень. Види комунікацій, характеристика комунікаційного процесу. Автоматизація управлінської діяльності. Сутність керівництва, лідерства та влади. Форми влади. Сучасні підходи до керівництва. Види стилів керівництва.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р., Доц. Дорикевич К.І.
Л-5	Управління трудовими відносинами фармацевтичних організацій	Кодекс законів про працю України. Характерні риси колективного договору. Сутність, гарантії, терміни та порядок укладання трудового договору. Правове забезпечення трудових відносин.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р., Доц. Дорикевич К.І.
Л-6	Загальні положення фармацевтичного маркетингу. Функціональне забезпечення маркетингової діяльності фармацевтичних фірм	Характеристика та класифікація фармацевтичного ринку. Елементи інфраструктури фармацевтичного ринку. Сутність та розвиток маркетингових концепцій. Складові маркетингової діяльності фармацевтичних підприємств.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р., Доц. Дорикевич К.І.
Л-7	Принципи маркетингового дослідження фармацевтичного ринку та вивчення поведінки споживачів лікарських засобів. Моделювання закономірностей фармацевтичного ринку та	Організація процесу, етапи та технологія маркетингового дослідження. Вивчення поведінки споживачів на фармацевтичному ринку. Сегментація фармацевтичного ринку і позиціонування лікарських засобів. Оцінювання та моделювання ринкових можливостей фармацевтичних підприємств.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р., Доц. Дорикевич К.І.

	дослідження маркетингових можливостей фармацевтичних підприємств			
Л-8	Комплекс маркетингу фармацевтичного підприємства	Асортиментна політика фармацевтичного підприємства. Життєвий цикл ЛЗ. Якість і конкурентоспроможність ЛЗ. Основні стратегії ціноутворення на ЛЗ, моделі та методи ціноутворення. Варіанти структур каналів розподілу (методів збуту) ЛЗ. Стратегії розподілу ЛЗ. Система маркетингових комунікацій фармацевтичного підприємства.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р., Доц. Дорикевич К.І.
П-1, СРС-1	Сутність та еволюція менеджменту.	Менеджмент, маркетинг та логістика як сучасні теорії управління. Етапи розвитку менеджменту. Порівняльна характеристика японської та американської моделей менеджменту. Суб'єкти та рівні управління.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-2, СРС-2	Організації фармацевтичної системи як об'єкти управління. Сутність та класифікація організацій	Сучасні підходи до класифікації організацій. Сутність і класифікація чинників впливу на організацію. Характеристика чинників внутрішнього середовища організації, зовнішнього середовища прямої та непрямої дії.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-3, СРС-3	Суб'єкти фармацевтичного підприємництва та умови їх господарювання. Підприємництво та підприємства у фармації	Організаційні форми підприємницької діяльності. Господарські товариства, об'єднання підприємств.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-4, СРС-4	Суб'єкти фармацевтичного підприємництва та умови їх господарювання	Вимоги чинного законодавства до порядку реєстрації та ліцензування підприємницької діяльності.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.

	ня. Порядок реєстрації та ліцензування підприємницької діяльності у фармації			
П-5, СРС-5	Функції фармацевтичного менеджменту. Планування та організування як загальні функції менеджменту	Планування як загальна функція менеджменту. Стратегічне планування та його етапи. Поточне та оперативне планування як різновиди тактичного планування. Сутність функції організування й основних типів організаційних структур управління. Характерні риси комбінованих організаційних структур управління.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-6, СРС-6	Функції фармацевтичного менеджменту. Мотивування як загальна функція менеджменту. Контролювання та регулювання як загальні функції менеджменту	Сутність мотивування. Характерні риси основних змістових та процесійних теорій мотивування. Сутність і класифікація контролювання. Регулювання як загальна функція менеджменту.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-7, СРС-7	Методи фармацевтичного менеджменту	Економічні, технологічні, соціально-психологічні та адміністративні методи менеджменту. Належні практики у фармації.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-8, СРС-8	Сполучні процеси у фармацевтичному менеджменті.	Сутність і класифікація управлінських рішень. Етапи процесу вироблення раціональних управлінських рішень. Сутність і класифікація комунікацій. Характеристика комунікаційного процесу. Інформаційне забезпечення комунікаційного процесу.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-9, СРС-9	Керівництво та лідерство у фармацевтичних організаціях.	Сутність керівництва, лідерства і влади. Форми влади. Сучасні підходи до керівництва. Види стилів керівництва.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-10, СРС-	Управління трудовими	Робочий час. Сутність та характеристика відпочинку від	ЗН1, УМ1-	Доц. Левицька О. Р.

10	відносинами фармацевтичних організацій. Робочий час та час відпочинку. Мотивування праці, гарантії та компенсації для працівників.	роботи. Види відпочинку від роботи. Оплата праці. Гарантії для окремих категорій працівників. Умови одержання компенсацій різними категоріями працівників.	УМЗ, К1, АВ1-АВЗ	Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-11, СРС-11	Управління трудовими відносинами фармацевтичних організацій. Правове регулювання праці, трудової дисципліни та трудових суперечок	Трудова дисципліна та охорона праці. Праця жінок, молоді. Пільги для працівників, які поєднують роботу з навчанням. Індивідуальні трудові суперечки.	ЗН1, УМ1-УМЗ, К1, АВ1-АВЗ	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-12, СРС-12	Управління трудовим потенціалом фармацевтичної галузі. Фармацевтична освіта в Україні. Післядипломне навчання, підготовка науково-педагогічних кадрів.	Багатоступенева безперервна фармацевтична освіта. Види і форми післядипломного навчання. Атестація провізорів і фармацевтів.	ЗН1, УМ1-УМЗ, К1, АВ1-АВЗ	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-13, СРС-13	Загальні положення фармацевтичного маркетингу. Характеристика та класифікація фармацевтичного ринку. Сутність і розвиток маркетингових концепцій фармацевтичних	Фармацевтичний ринок, його суб'єкти та об'єкт. Ознаки, за якими класифікується фармацевтичний ринок. Елементи інфраструктури фармацевтичного ринку. Сутність фармацевтичного маркетингу. Маркетингові концепції. Цілі та види фармацевтичного маркетингу залежно від стану попиту.	ЗН1, УМ1-УМЗ, К1, АВ1-АВЗ	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.

	організацій. Складові маркетингової діяльності фармацевтичних підприємств.			
П-14, СРС-14	Функціональне забезпечення маркетингової діяльності.	Управління маркетингом. Моделювання бізнес-плану фармацевтичного підприємства. Типи маркетингового контролювання. Характеристика оперативного контролювання. Стратегічне контролювання маркетингу. Сутність маркетингової інформаційної системи.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-15, СРС-15	Принципи маркетингового дослідження фармацевтичного ринку та вивчення споживачів ЛЗ.	Суть і класифікація маркетингових досліджень. Етапи процесу маркетингового дослідження, методи збирання первинної інформації. Споживчий ринок і чинники, які впливають на поведінку споживача на ньому.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-16, СРС-16	Моделювання закономірностей фармацевтичного ринку та дослідження маркетингових можливостей фармацевтичних підприємств.	Потенціал, місткість і кон'юнктура фармацевтичного ринку. Визначення потреби в ЛЗ. Сутність і принципи сегментації фармацевтичного ринку. Позиціонування ЛЗ. Проектування діяльності фармацевтичних підприємств за допомогою SWOT-аналізу, матриці Ансоффа. Аналізування фармацевтичного «портфелю» підприємства за допомогою матриці БКГ.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-17, СРС-17	Продуктова політика фармацевтичних підприємств.	Класифікації ЛЗ і ВМП. Види й управління асортиментом фармацевтичних товарів. Характеристика етапів життєвого циклу ЛЗ. Якість і конкурентоспроможність ЛЗ. Товарні знаки, бренди й упаковка ЛЗ. Стратегії використання товарних марок.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
П-18, СРС-18	Цінова політика фармацевтичних	Основні чинники формування можливої ціни на ЛЗ. Цінова еластичність попиту на ЛЗ.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.

	підприємств.	Стратегії ціноутворення щодо фармацевтичного ринку. Методи ціноутворення на ЛЗ.		
П-19, СРС-19	Збутова політика фармацевтичних підприємств. Просування лікарських засобів на ринку.	Сутність традиційних каналів розподілу ЛЗ. Довжина та ширина каналів розподілу ЛЗ. Маркетингові фармацевтичні системи. Стратегії розподілу ЛЗ. Складові комунікаційної політики фармацевтичного підприємства.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
СРС	Базові засади міжнародного фармацевтичного маркетингу.	Сутність і цілі міжнародного фармацевтичного маркетингу. Характеристика світового фармацевтичного ринку. Проактивні та реактивні мотиви початку діяльності на зовнішніх ринках. Етапи виходу фармацевтичної фірми на зовнішній ринок. Методи і форми виходу на зовнішній фармацевтичний ринок	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
СРС	Формування комплексу міжнародного фармацевтичного маркетингу.	Стратегії маркетингового комплексу на міжнародному фармацевтичному ринку. Ціноутворення в системі міжнародного фармацевтичного маркетингу. Поширення та просування ЛЗ на міжнародному ринку.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.
СРС	Представництва фармацевтичних підприємств – важливий суб'єкт міжнародного ринку	Особливості діяльності представництв фармацевтичних підприємств. Принципи роботи представництв фармацевтичних фірм.	ЗН1, УМ1-УМ3, К1, АВ1-АВ3	Доц. Левицька О. Р. Доц. Дорикевич К.І., Ас. Чухрай І.Л., Ст.викл. Горілик А.В.

У процесі вивчення дисципліни «Фармацевтичний менеджмент і маркетинг» 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;
- за інтерактивністю: мультимедійні лекції, відпрацювання навичок, ситуаційні завдання, моделювання професійної діяльності, тестування

8. Верифікація результатів навчання

Поточний контроль

здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку засвоєння студентами навчального матеріалу.

Поточний контроль знань студентів оцінюється за наведеною схемою:

Код результату навчання	Код виду занять	Спосіб верифікації результатів навчання	Критерії зарахування
<p>ЗНІ; УМІ-3; КІ; АВ-1-3</p>	<p>Денна форма навчання: Л-1 - 14 П-1 - 50 СРС-1 -50 Заочна форма навчання: Л-1 - 8 П-1 - 19 СРС-1 -19</p>	<p><i>Види робіт, які повинен виконати студент:</i></p> <p>1. <i>Робота на практичному занятті:</i> А) активна участь на практичних заняттях: обговорення окремих тем курсу; презентація творчих робіт тощо; Б) тестовий контроль.</p> <p>2. <i>Самостійна робота</i> - (денна форма навчання) Виконання таких видів робіт: 1) опрацювання та розв'язок окремих ситуаційних задач, винесених на самостійну роботу; 2) підготовка презентації та публічний виступ.</p>	<p>Оцінювання роботи на практичних заняттях здійснюється за результатами роботи студентів на практичних заняттях, де враховується не тільки рівень розкриття проблем, а й активність студентів у обговоренні, уміння опонувати, поставити запитання, висловити своє бачення проблеми.</p> <p>Оцінюється за 4-бальною шкалою.</p> <p><i>Тестовий контроль</i> оцінюється за 4-бальною шкалою.</p> <p><i>Самостійна робота</i> - (денна форма навчання) Виконання ситуаційних задач оцінюється шляхом зарахування або не зарахування опрацьованого матеріалу. Готуючи презентацію, необхідно виходити з того, що обов'язковими є план, точно сформульовані цілі, засаднича ідея презентації, висновки та перелік джерел, що використовувались для її підготовки. Разом із тим, студент повинен не тільки підготувати, а й коротко (протягом 5-7 хвилин) розкрити перед</p>

- заочна форма навчання

Виконання таких видів робіт:

- 1) опрацювання теоретичного матеріалу;
- 2) виконання контрольної роботи в міжсесійний період

аудиторією основні проблеми, розглянуті в роботі. При цьому основними критеріями оцінки презентації є:

- 1) відповідність змісту презентації обраній темі;
- 2) рівень знань з теми;
- 3) самостійність викладення основного змісту;
- 4) уміння коротко і, в той же час, інформативно розкрити зміст теми;
- 5) уміння відповідати на поставлені запитання.

Підготовка,

оформлення та сама презентація оцінюється на практичному занятті за 4-бальною шкалою.

- заочна форма навчання

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.
Підсумковий контроль		
Загальна система оцінювання	Участь у роботі впродовж семестру/ екзамен – 60%/40% за 200-бальною шкалою	
Шкали оцінювання	традиційна 4-бальна шкала, багатобальна (200-бальна) шкала, рейтингова шкала ECTS	
Умови допуску до підсумкового контролю	Студент відвідав усі практичні (лабораторні, семінарські) заняття і отримав не менше, ніж 120 балів за поточну успішність	
Вид підсумкового контролю	Методика проведення підсумкового контролю	Критерії зарахування
Залік	Мають бути зараховані усі теми, винесені на поточний контроль. Оцінки з 4-ри бальної шкали конвертуються у бали за багатобальною (200- бальною) шкалою відповідно до Положення «Критерії, правила і процедури оцінювання результатів навчальної діяльності студентів»	Максимальна кількість балів - 200. Мінімальна кількість балів- 120
Критерії оцінювання екзамену/ диференційованого заліку		
Екзамен	<i>Екзамен</i> як різновид підсумкового контролю навчальних досягнень студентів здійснюється на етапі завершення вивчення навчальної дисципліни в цілому. Проводиться в обсязі навчального матеріалу, визначеного робочою програмою навчальної дисципліни і в терміни, встановлені робочим навчальним планом, індивідуальним навчальним планом студента. Студент вважається допущеним до екзамену, якщо він відвідав усі передбачені навчальною програмою з	Максимальна кількість балів, яку може набрати студент при складанні екзамену становить 80. Мінімальна кількість балів при складанні екзамену – 50. І. Оцінювання тестових

дисципліни аудиторні навчальні заняття, виконав усі види робіт, передбачені робочою програмою та при її вивченні набрав кількість балів, не меншу за мінімальну (72 бали). Екзамен проводиться у письмовій формі у період екзаменаційної сесії, відповідно до розкладу. Форма проведення екзамену стандартизована і включає контроль теоретичної та практичної підготовки.
 Регламент проведення екзамену:
 I етап – письмова відповідь на 40 тестових завдань формату А (1 бал за правильну відповідь).
 II етап – вирішення 2-х ситуаційних задач (типових задач діяльності) з перевіркою практичних навичок.

завдань: правильна відповідь – 1 бал.
 Загальна кількість балів за виконання тестових завдань – 40.
 II. Критерії оцінювання вирішення ситуаційних задач (типових задач діяльності):
 20 балів - завдання виконане повністю, застосовано відповідний алгоритм, проведені усі необхідні розрахунки, правильно оформлено результати.
 10 балів - завдання виконане повністю, допущені незначні помилки при розрахунках або оформленні результатів.
 5 балів - завдання виконане неповністю, допущені помилки при розрахунках та оформленні результатів, застосовано неправильний алгоритм вирішення.
 0 балів – завдання не виконано.
 Загальна кількість балів за виконання ситуаційних задач (типових задач діяльності) – 40.

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

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

Розрахунок кількості балів проводиться на підставі отриманих студентом оцінок за 4-ри бальною (національною) шкалою 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:

$$x = (CA \times 120) / 5$$

9. Політика курсу

Кожен здобувач вищої освіти повинен ознайомитися і слідувати:

- Кодексу академічної етики Львівського національного медичного університету імені Данила Галицького (<http://nauka.meduniv.lviv.ua/wp-content/uploads/2020/04/kodeks-akademichnoyi-etiki.pdf>) та Методичним рекомендаціям з підтримки принципів академічної доброчесності (https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/else/quality_dept/07.Академічна_доброчесність/01.Методичні_рекомендації.pdf);

- Статуту (https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/dept/law_dept/01.Статут/statut_2018.pdf) і Правилам внутрішнього трудового розпорядку (https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/dept/human_resources_dept/02.Правила%20внутрішнього%20трудоого%20розпорядку/01.Правила%20внутрішнього%20трудоого%20розпорядку.pdf) університету;

- Стратегії та процедурам забезпечення якості освіти (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), Положенню про організацію освітнього процесу (https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/dept/nv_dept/09.%D0%94%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%83/01.%20%D0%9F%D1%80%D0%BE%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8E%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%83%20%D1%83%20%D0%9B%D0%9D%D0%9C%D0%A3.pdf) та критеріям, правилам і процедурі оцінювання результатів навчальної діяльності (https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/dept/nv_dept/09.Документи_з_організації_освітнього_процесу/02.Критерії_і_правила_оцінювання.pdf);

Політика щодо відвідування і засвоєння навчального курсу.

ЗВО зобов'язаний:

– брати активну участь у навчальному процесі, зокрема належно вивчати навчальний матеріал за кожною темою;

– не пропускати лекції та практичні заняття без поважної причини, а у разі хвороби надати довідку;

– не запізнюватися на лекції та практичні заняття;

– своєчасно відпрацьовувати пропущені заняття;

– за об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування у рамках академічної мобільності, надзвичайна ситуація техногенного, воєнного або природного характеру) навчання може відбутись в он-лайн формі;

– готуватися до практичних занять і підтримувати зворотний зв'язок під час їх проведення;

– своєчасно й акуратно виконувати завдання для СРС;

– у будь-якому випадку дотримуватися усіх термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених курсом.

У випадку, коли завдання до практичних занять виконуються не своєчасно без поважної на те причини, максимальна оцінка за тему знижується і складає максимум сімдесят п'ять відсотків від загальної оцінки за навчальний курс.

Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися Етичного кодексу студента ЛНМУ імені Данила Галицького

(https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/else/quality_dept/15.%D0%95%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%BA%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81_%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%96%D0%B2.pdf).

Політика щодо академічної доброчесності:

- відключити мобільний телефон під час лекцій та практичних занять;
- користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача під час онлайн-тестування та підготовки практичних завдань;
- брати належну участь у контрольних заходах (поточний контроль, контроль СРС, підсумковий контроль), у ході яких підказки та списування недопустимі.
- будь-яке копіювання або відтворення результатів чужої праці, якщо тільки робота не має груповий формат, та використання завантажених з Інтернету матеріалів кваліфікується як порушення норм і правил академічної доброчесності й передбачає притягнення винного до відповідальності за чинними нормативними документами.

Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися Методичних рекомендацій з підтримки принципів академічної доброчесності (https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/else/quality_dept/07.%D0%90%D0%BA%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0_%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%BE%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C/03.%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D1%96_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97.pdf).

Політика щодо оскарження оцінювання.

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він має право оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку, визначеному п.4.4.17 Положення про Критерії правила і процедури оцінювання результатів навчальної діяльності у ЛНМУ імені Данила Галицького.

(https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/dept/nv_dept/09.%D0%94%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8_%D0%B7_%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97_%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%83/02.%D0%9A%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%96%D1%97_%D1%96_%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%BB%D0%B0_%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%BD%D1%8E%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F.pdf).

Порядок вирішення конфліктних ситуацій, пов'язаних з оцінюванням знань та навчальних, наукових досягнень здобувачів вищої освіти визначено також п. 5 Положення про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЛНМУ імені Данила Галицького (https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/dept/workorganization_dept/_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%BB%D1%96%D0%BA%D1%82%D0%BD%D1%96%20%D1%81%D0%B8%D1%82%D1%83%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97.pdf).

Результатом невиконання та / або недотримання політики навчального курсу може бути оцінка «незадовільно».

10. Література

Обов'язкова

1. Лекційний матеріал.
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. 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.PO_SIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf

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_zdobuvaciv_visoi_osviti_Strapcuk_S_I_Mikolenko_O_P_Popova_I_A_Pustova_V_V_Lviv_Vidavnictvo_Novij_Svit_-_2000_2020_356_s

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. HR-менеджмент: навч. посіб. / І. М. Сочинська-Сибірцева, А. О. Доренська, Т. В. Тушевська. 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. 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%D0%B8%D0%BA%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%202021%20%283%29%20%281%29.pdf>

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

Додаткова

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. береги, 2018. 320 с.
17. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А. О., Кравченко В. А., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О. / 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. Громовика. Львів: Ліга-Прес, 2017. 253 с.
23. Ткаченко Н. О. Соціальна відповідальність у професійній діяльності фахівців фармації : монографія; за науковою редакцією професора Б. П. Громовика. Запоріжжя : Вид-во ЗДМУ, 2018. 217 с.
24. Унгурян Л. М. Фармацевтична практика: логістичні, інформаційні, нейроеконімічні та соціальні аспекти: монографія / Л.М. Унгурян, Б. П. Громовик. Львів: Простір-М, 2016. 155 с.
25. Управління маркетинговою діяльністю: ситуаційні справи : навчальний посібник / Левків Г. Я., Подра О. П., Леськів Г. С., Гинда С. М. 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. Глебова 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., Лищенко 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](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](http://dspace.opu.ua/jspui/bitstream/123456789/7012/1/Digital_marketing.pdf).

33. Цифровий маркетинг. [URL: https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/8368/cifrovij-marketing](https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/8368/cifrovij-marketing).

11. Обладнання, матеріально-технічне і програмне забезпечення дисципліни/ курсу

- Робоча навчальна програма з дисципліни.
- Лекційний матеріал (мультимедійні презентації, тексти лекцій, календарно-тематичний план лекцій).

- Календарно-тематичні плани практичних занять.
- 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 і роздаткові матеріали.
- Методичні рекомендації для викладача «Фармацевтичний менеджмент».
- Громовик Б. П., Левицька О. Р., Чухрай І. Л., Бобко М. В. Практикум з фармацевтичного маркетингу: навчальний посібник для викладачів; за ред. Б. П. Громовика. Львів: Простір-М, 2022. 179 с.

Методичні матеріали для студентів денної форми навчання:

1. Громовик Б. П., Левицька О. Р., Чухрай І. Л. Фармацевтичний менеджмент та маркетинг. Частина I. Менеджмент у фармації. Методичні рекомендації та перелік завдань до практичних занять для студентів фармацевтичного факультету денної форми навчання. Львів, 2023. 72 с.

2. Громовик Б. П., Левицька О. Р., Чухрай І. Л. Фармацевтичний менеджмент і маркетинг. Частина II. Менеджмент у фармації. Маркетинг як інтегративна функція менеджменту: Методичні рекомендації та перелік завдань до практичних занять для студентів фармацевтичного факультету денної форми навчання. Львів, 2023. 55 с.

3. Громовик Б. П., Левицька О. Р., Ханик Н. Л., Чухрай І. Л. Фармацевтичний менеджмент та маркетинг. Частина III. Маркетинг у фармації: Методичні рекомендації та перелік завдань до практичних занять для студентів фармацевтичного факультету денної форми навчання. Львів, 2023. 39 с.

4. Громовик Б. П., Левицька О. Р., Чухрай І. Л. Фармацевтичний менеджмент та маркетинг. Частина I. Менеджмент у фармації. Маркетинг як інтегративна функція менеджменту: Методичні рекомендації та перелік завдань для самостійної роботи студентів фармацевтичного факультету очної форми навчання. Львів, 2018. 26 с.

5. Громовик Б. П., Левицька О. Р., Чухрай І. Л. Фармацевтичний менеджмент та маркетинг. Частина II. Маркетинг у фармації: Методичні рекомендації та перелік завдань для самостійної роботи студентів фармацевтичного факультету очної форми навчання. Львів, 2018. 23 с.

матеріали для студентів заочної форми навчання:

1. Громовик Б. П., Левицька О. Р., Чухрай І. Л. Фармацевтичний менеджмент та маркетинг. Частина I. Менеджмент у фармації: Методичні рекомендації та перелік завдань до практичних занять для студентів фармацевтичного факультету заочної форми навчання. Львів, 2022. 26 с.

2. Громовик Б. П., Левицька О. Р., Чухрай І. Л. Фармацевтичний менеджмент та маркетинг. Частина II. Менеджмент у фармації. Маркетинг як інтегративна функція менеджменту : Методичні

рекомендації та перелік завдань до практичних занять для студентів фармацевтичного факультету заочної форми навчання. Львів, 2022. 23 с.

3. Громовик Б. П., Левицька О. Р., Чухрай І. Л. Фармацевтичний менеджмент та маркетинг. Частина III. Маркетинг у фармації: Методичні рекомендації та перелік завдань до практичних занять для студентів фармацевтичного факультету заочної форми навчання. Львів, 2022. 28 с.

4. Громовик Б. П., Левицька О. Р. Контрольна робота №1 з фармацевтичного менеджменту та маркетингу “Менеджмент у фармації”: Методичні рекомендації для студентів фармацевтичного факультету заочної форми навчання. Львів, 2019. 23 с.

5. Громовик Б. П., Левицька О. Р. Контрольна робота №2 з фармацевтичного менеджменту та маркетингу “Менеджмент у фармації. Маркетинг як інтегративна функція менеджменту”: Методичні рекомендації для студентів фармацевтичного факультету заочної форми навчання. Львів, 2020. 37 с.

6. Громовик Б. П., Левицька О. Р. Контрольна робота №3 з фармацевтичного менеджменту та маркетингу “Маркетинг у фармації”: Методичні рекомендації для студентів фармацевтичного факультету заочної форми навчання. Львів, 2020. 36 с.

- Комп’ютерний клас на 16 робочих місць, підключених до локальної мережі університету із прямим виходом в мережу Інтернет.

Укладачі силябуса:

Громовик Б. П., д.фарм.н., професор _____

Левицька О. Р., д. фарм. наук, доцент _____

Завідувач кафедри ОЕФ: проф. Громовик Б. П. _____