



Ф А1.1-26-102

### КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ З ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

для 4 курсу спеціальності 226 Фармація, промислова фармація Фм17(4,0д)-01  
(осінній семестр, 2020-2021 н.р.)

№ з/п	Дата	Тема лекцій	Обсяг у год.	Лектор
<b>МОДУЛЬ 2. МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦІЇ</b>				
1	01.09.19	Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств	1	доц. Рогуля О. Ю.
2	08.09.19	Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств	1	доц. Рогуля О. Ю.
3	15.09.19	Збутова діяльність фармацевтичних підприємств	1	доц. Рогуля О. Ю.
4	22.09.19	Збутова діяльність фармацевтичних підприємств	1	доц. Рогуля О. Ю.
5	29.09.19	Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних організацій	1	доц. Рогуля О. Ю.
6	06.10.19	Реклама у системі фармацевтичного маркетингу. Реклама лікарських засобів	1	доц. Рогуля О. Ю.
7	13.10.19	Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій	1	доц. Рогуля О. Ю.
8	20.10.19	«Паблік рилейшнз» як засіб маркетингових комунікацій	1	доц. Рогуля О. Ю.
9	27.10.19	Мерчандайзинг в аптечних підприємствах	1	доц. Рогуля О. Ю.
10	03.11.19	Маркетинговий контроль	1	доц. Рогуля О. Ю.
11	10.11.19	Міжнародний маркетинг у фармації	1	доц. Рогуля О. Ю.
12	17.11.19	Міжнародний маркетинг у фармації	1	доц. Рогуля О. Ю.
13	24.11.19	Лекція-конференція	1	доц. Рогуля О. Ю.
14	01.12.19	Лекція-консультація	1	доц. Рогуля О. Ю.
<b>Всього:</b>			<b>14</b>	

*Примітка:* лекції відбуваються он-лайн за посиланням  
<https://us04web.zoom.us/j/7902124047?pwd=Zy8rOGEvTWNxbTFvNEJaVWV0U2xJQ>

T09

Ідентифікатор: 790 212 4047  
Пароль: 507061

Завідувач кафедри ФММ, професор

Володимир Малій



Ф А1.1-26-114

### КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

для 4 курсу спеціальності 226 Фармація, промислова фармація Фм17(4,0д)-01  
(осінній семестр, 2020-2021 н.р.)

№ з/п	Дата	Тема практичного заняття	Обсяг у годинах, від заняття		Система оцінювання знань, бали	
			мін	сек	мін	сек
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4</b>						
1	01.09.20 – 11.09.20	Тестовий контроль: повторення вивченого матеріалу з модуля 1. Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств	пр	4	1,2	2
2	14.09.20 – 25.09.20	Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств Збутова діяльність фармацевтичних підприємств	пр	4	1,2	2
3	28.09.20 – 09.10.20	Збутова діяльність фармацевтичних підприємств Підсумковий контроль засвоєння ЗМ 4	пр	4	1,2 7,2	2 12
<i>Всього за ЗМ 4:</i>					<b>12</b>	<b>20</b>
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5</b>						
4	12.10.20 – 23.10.20	Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних організацій. Реклама у системі фармацевтичного маркетингу. Реклама лікарських засобів. Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій	пр	4	1,2	2
5	26.10.20 – 06.11.20	«Паблік рилейшнз» як засіб маркетингових комунікацій. Мерчандайзинг в аптечних підприємствах. Підсумковий контроль засвоєння ЗМ 5	пр	4	1,2 7,2	2 12
<i>Всього за ЗМ 5:</i>					<b>12</b>	<b>20</b>
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 6</b>						
6	09.11.20 – 20.11.20	Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг	пр	4	1,2 1,2	2 2
7	23.11.20 – 04.12.20	Презентація ЛЗ Підсумковий контроль засвоєння ЗМ 6	пр	4	2,4 7,2	4 12
<i>Всього за ЗМ 6:</i>					<b>12</b>	<b>20</b>
8	07.12.20 – 11.12.20	Підсумковий модульний контроль з модуля 2: «Маркетинг у фармації»	пр	2	24	40
<b>ВСЬОГО:</b>				<b>30</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Завідувач кафедри ФММ, професор

Володимир Малій