



Ф А 1.1-26-102

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

для 5 курсу спеціальності «226 Фармація, промислова фармація»
7.12020101Фс16(5,0д)-01-12
(осінній семестр, 2020-2021 н.р.)

№ з/п	Дата		Тема лекції	Обсяг у год.	Лектор
	1-6 гр.	7-12 гр.			
МОДУЛЬ 2. МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦІЇ					
1-2	03.09.20 10.09.20	04.09.20 11.09.20	Збутова діяльність фармацевтичних підприємств	2	проф. Пестун І.В.
3	17.09.20	18.09.20	Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних організацій	1	доц. Кобель М.М.
4-5	24.09.20 01.10.20	25.09.20 02.10.20	Реклама у системі фармацевтичного маркетингу. Реклама лікарських засобів	2	доц. Тіманюк І.В.
6-7	08.10.20 15.10.20	09.10.20 16.10.20	Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій	2	проф. Євтушенко О.М.
8	22.10.20	23.10.20	«Паблік рилейнз» як засіб маркетингових комунікацій. Мерчандайзинг в аптечних підприємствах	1	доц. Бондарева І.В.
9	29.10.20	30.10.20	Маркетинговий контроль	1	доц. Кобель М.М.
10-11	05.11.20 12.11.20	06.11.20 13.11.20	Міжнародний маркетинг у фармації	2	доц. Роголя О.Ю.
12	19.11.20	20.11.20	Лекція-консультація з КРОК	1	доц. Жалько С.В.
13	26.11.20	27.11.20	Лекція-консультація з модулю 2 «Менеджмент у фармації»	1	проф. Пестун І.В.
14	03.12.20	04.12.20	Лекція-консультація з модулю 1 «Маркетинг у фармації»	1	проф. Пестун І.В.
Всього:				14	

Примітка: лекції відбуваються:

1 – 6 групи – четвер, 11²⁰ - 12⁰⁵ год., ауд. віртуальн.7 – 12 групи – п'ятниця, 11²⁰ - 12⁰⁵ год., ауд. віртуальн.

Завідувач кафедри ФММ, професор

Володимир Малій

СУЯ НФаУ

Редакція 01

Дата введення 27.04.20 р. Стр. 1 із 2



Ф А 1.1-26-114

**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ
З ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
для 5 курсу спеціальності «226 Фармація, промислова
фармація» 7.12020101Фс16(5,0д) (осінній семестр, 2020-2021 н.р.)**

№ з/п	Дата	Тема практичного заняття	Обсяг у годинах, вид заняття	Система оцінювання знань, бали			
				тп	тх		
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4							
1	01.09.20 – 04.09.20	Тестовий контроль: повторення вивченого матеріалу з модуля 1.	пр	4	-	-	
	07.09.20 – 11.09.20	Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств			1	2	
2	14.09.20 – 18.09.20	Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств. Збутова діяльність фармацевтичних підприємств	пр	4	1	2	
	21.09.20 – 25.09.20						
3	28.09.20 – 02.10.20	Збутова діяльність фармацевтичних підприємств Підсумковий контроль засвоєння ЗМ 4	пр	4	1	2	
	05.10.20 – 09.10.20				9	14	
Всього за ЗМ 4:						12	20
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5							
4	12.10.20 – 16.10.20	Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних організацій. Реклама у системі фармацевтичного маркетингу. Реклама лікарських засобів.	пр	4	1	2	
	19.10.20 – 23.10.20						
5	26.10.20 – 30.10.20	Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій.	пр	4	1	2	
	02.11.20 – 06.11.20				2	4	
6	09.11.20 – 13.11.20	«Паблік рилейнз» як засіб маркетингових комунікацій. Мерчандайзинг в аптечних підприємствах.	пр	4	1	2	
	16.11.20 – 20.11.20				7	10	
Всього за ЗМ 5:						12	20
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 6							
7	23.11.20 – 27.11.20	Маркетинговий контроль Міжнародний маркетинг Підсумковий контроль засвоєння ЗМ 6	пр	4	1	2	
	30.11.20 – 04.12.20				11	18	
Всього за ЗМ 6:						12	20
8	07.12.20 – 11.12.20	Підсумковий модульний контроль з модуля 2: «Маркетинг у фармації» Підвищення рейтингу з модуля 2	пр	2	24	40	
					30	60	
Всього:						30	100

Завідувач кафедри ФММ, професор

Володимир Малій

СУЯ НФаУ

Редакція 01

Дата введення 27.04.20 р. Стр. 1 із 2