



**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ**  
**з фармацевтичного маркетингу та менеджменту для 4 курсу**  
**спеціальності «226 Фармація, промислова фармація» освітньої**  
**програми Клінічна фармація КФс18(5,0д)-01**  
*(осінній семестр, 2021-2022 н. р.)*

№ з/п	Дата	Тема лекції	Обсяг у год.	Лектор
<b>МОДУЛЬ 1. Менеджмент як наука та практика управління фармацевтичною організацією</b>				
<b>Змістовий модуль 1. Менеджмент як наука та практика управління організацією</b>				
1	06.09	Теоретичні основи менеджменту у фармації. Організації фармацевтичної системи як об'єкти управління. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації. Менеджмент та успішне управління. Влада. Лідерство.	2	доц. Жадько С.В.
2	20.09	Функції управління. Управління процесом прийняття рішень	2	доц. Жадько С.В
3	04.10	Комунікативні процеси в управлінні. Організаційні комунікації фармацевтичної системи. Менеджмент та діловодство фармацевтичних організацій. Менеджмент та інформатика.	2	доц. Жадько С.В
<b>Змістовий модуль 2. Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами та персоналом фармацевтичної організації</b>				
4	18.10	Менеджмент і підприємництво	2	доц. Жадько С.В
5	01.11	Управління трудовими ресурсами та персоналом фармацевтичної організації. Групова динаміка і керівництво. Управління конфліктами, стресами. Трудові відносини в умовах ринку. Оцінка ефективності діяльності фармацевтичної організації та управління.	2	доц. Жадько С.В
<b>Змістовий модуль 3. Основи маркетингу у фармації. Процес управління фармацевтичним маркетингом.</b>				
6	15.11	Основні положення маркетингу у фармації. Процес управління фармацевтичним маркетингом	2	доц. Жадько С.В
7	29.11	Маркетингові дослідження та інформація. Вивчення ринку лікарських засобів	2	доц. Жадько С.В
8	06.12	Товар у системі маркетингу. Асортиментна політика фармацевтичних і аптечних підприємств.	2	доц. Жадько С.В
9	20.12	Товарна та інноваційна політика фармацевтичних підприємств	2	доц. Жадько С.В
		<b>Всього:</b>	18	

Примітка. Лекції відбуваються у понеділок за розкладом II тижня он-лайн

Завідувач кафедри ФММ,  
професор

(підпис)


Володимир МАЛІЙ



**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**  
**з фармацевтичного маркетингу та менеджменту для 4 курсу**  
**спеціальності «226 Фармація, промислова фармація» освітньої**  
**програми Клінічна фармація КФс18(5,0д)-01**  
*(осінній семестр, 2021-2022 н. р.)*

№ з/п	Дата	Тема заняття	Обсяг у год.	Бали	
				min	max
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. МЕНЕДЖМЕНТ ЯК НАУКА ТА ПРАКТИКА УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ</b>					
1.	06.09	Теоретичні основи менеджменту у фармації. Організації фармацевтичної системи як об'єкти управління. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації.	4	3	5
2	20.09	Менеджмент та успішне управління. Влада. Лідерство. Функції управління. Управління процесом прийняття рішень	4	3	5
3	04.10	Комунікативні процеси в управлінні. Організаційні комунікації фармацевтичної системи. Менеджмент та діловодство фармацевтичних організацій. Менеджмент та інформатика.	4	3	5
<i>Підсумковий контроль засвоєння ЗМ 1</i>				3	5
<b>Всього за ЗМ 1:</b>				12	20
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. МЕНЕДЖМЕНТ І ПІДПРИЄМНИЦТВО. УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ ТА ПЕРСОНАЛОМ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ</b>					
4	18.10	Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами та персоналом фармацевтичної організації. Групова динаміка і керівництво. Управління конфліктами, стресами	4	3	5
5	01.11	Трудові відносини в умовах ринку. Оцінка ефективності діяльності фармацевтичної організації та управління	4	3	5
<i>Підсумковий контроль засвоєння ЗМ 2</i>				6	10
<b>Всього за ЗМ 2:</b>				12	20
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ У ФАРМАЦІЇ. ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНИМ МАРКЕТИНГОМ.</b>					
6	15.11	Основні положення маркетингу у фармації. Процес управління фармацевтичним маркетингом	4	3	5
7	29.11	Маркетингові дослідження та інформація. Вивчення ринку лікарських засобів	4	3	5
8	06.12	Товар у системі маркетингу. Асортиментна політика фармацевтичних і аптечних підприємств. Товарна та інноваційна політика фармацевтичних підприємств	4	3	5
<i>Підсумковий контроль засвоєння ЗМ 3</i>				3	5
<b>Всього за ЗМ 3:</b>				12	20
9	20.12	<i>Підсумковий контроль з модуля 1 «Менеджмент у фармації. Маркетинг як інтегративна функція менеджменту»</i>	4	24	40
<b>ВСЬОГО ЗА ВИВЧЕННЯ МОДУЛЯ 1</b>			36	60	100

Завідувач кафедри ФММ,  
професор

  
 (підпис)

Володимир МАЛІЙ