



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

для 4 курсу спеціальності 226 Фармація, промислова фармація Фм18(3,10)мед-01  
(осінній семестр, 2021-2022 н.р.)

№ з/п	Дата	Тема лекції	Обсяг у год.	Лектор
<b>МОДУЛЬ 2. МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦІЇ</b>				
1	06.09.21	Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств	2	доц. Рогуля О. Ю.
2	20.09.21	Збутова діяльність фармацевтичних підприємств	2	доц. Рогуля О. Ю.
3	04.10.21	Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних організацій. Реклама у системі фармацевтичного маркетингу. Реклама лікарських засобів	2	доц. Рогуля О. Ю.
4	18.10.21	Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій. «Паблік рилейшнз» як засіб маркетингових комунікацій. Мерчандайзинг в аптечних підприємствах	2	доц. Рогуля О. Ю.
5	01.11.21	Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг у фармації	2	доц. Рогуля О. Ю.
6	15.11.21	Лекція-конференція	2	доц. Рогуля О. Ю.
7	29.11.21	Лекція-консультація	2	доц. Рогуля О. Ю.
		<b>Всього:</b>	<b>14</b>	

*Примітка:* лекції відбуваються по понеділках II тижня о 12.50-14.30 в ауд. 340

Завідувач кафедри ФММ,  
професор

Володимир МАЛИЙ



**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН  
ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ  
З ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**  
для 4 курсу спеціальності 226 Фармація, промислова фармація Фм18(3,10д)мед-01  
(осінній семестр, 2021-2022 н.р.)

№ з/п	Дата	Тема практичного заняття	Обсяг у годинах, вид заняття		Система оцінювання знань, бали	
					min	max
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4</b>						
1	03.09.2021	Тестовий контроль: повторення вивченого матеріалу з модуля 1. Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств	<i>пр</i>	4	1,2	2
2	17.09.2021	Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств Збутова діяльність фармацевтичних підприємств	<i>пр</i>	4	1,2 1,2	2 2
3	01.10.2021	Збутова діяльність фармацевтичних підприємств <i>Підсумковий контроль засвоєння ЗМ 4</i>	<i>пр</i>	4	1,2 7,2	2 12
<b>Всього за ЗМ 4:</b>					<b>12</b>	<b>20</b>
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5</b>						
4	15.10.2021	Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних організацій. Реклама у системі фармацевтичного маркетингу. Реклама лікарських засобів. Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій	<i>пр</i>	4	1,2 1,2 1,2	2 2 2
5	29.10.2021	«Паблік рилейшнз» як засіб маркетингових комунікацій. Мерчандайзинг в аптечних підприємствах. <i>Підсумковий контроль засвоєння ЗМ 5</i>	<i>пр</i>	4	1,2 7,2	2 12
<b>Всього за ЗМ 5:</b>					<b>12</b>	<b>20</b>
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 6</b>						
6	12.11.2021	Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг	<i>пр</i>	4	1,2 1,2	2 2
7	26.11.2021	Презентація ЛЗ. <i>Підсумковий контроль засвоєння ЗМ 6</i>	<i>пр</i>	4	2,4 7,2	4 12
<b>Всього за ЗМ 6:</b>					<b>12</b>	<b>20</b>
8	10.12.2021	<i>Підсумковий модульний контроль з модуля 2: «Маркетинг у фармації»</i>	<i>пр</i>	2	24	40
<b>ВСЬОГО ЗА ВИВЧЕННЯ МОДУЛЯ 2</b>				<b>30</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Завідувач кафедри ФММ,  
професор

Володимир МАЛІЙ