



Ф А1.1-32-102

КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ З ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

для 5 курсу спеціальності 226 Фармація, промислова фармація
Фс17(5,5з)-01а-2б (осінній семестр, 2021-2022 н.р.)

№ з/п	Дата	Тема лекції	Обсяг у год.	Лектор
МОДУЛЬ 1. МЕНЕДЖМЕНТ У ФАРМАЦІЇ. МАРКЕТИНГ ЯК ІНТЕГРАТИВНА ФУНКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ				
1	12.11.2021	Теоретичні основи менеджменту. Організації фармацевтичної системи як об'єкти управління. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації. Менеджмент та успішне управління. Влада. Лідерство	2	доц.Дорохова Л.П.
2	13.11.2021	Функції управління. Управління процесом прийняття рішень. Комунікативні процеси в управлінні. Організаційні комунікації фармацевтичної системи. Менеджмент і діловодство фармацевтичних організацій. Менеджмент та інформатика.	2	доц.Дорохова Л.П.
3	17.11.2021	Менеджмент і підприємництво. 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.Дорохова Л.П.
4	18.11.2021	Основні положення маркетингу у фармації Процес управління фармацевтичним маркетингом Маркетингові дослідження та інформація Вивчення ринку лікарських засобів	2	доц.Дорохова Л.П.
5	22.11.2021	Товар у системі маркетингу. Асортиментна політика фармацевтичних і аптечних підприємств. Товарна та інноваційна політика фармацевтичних підприємств	2	доц.Дорохова Л.П.
Всього:			10	

Зав. кафедри ФММ, професор

Володимир МАЛІЙ



**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ
З ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
для 5 курсу спеціальності Фармація, промислова фармація
Фс17(5,5з)-01а-2б (осінній семестр, 2021-2022 н.р.)**

№ з/п	Дата	Тема практичного заняття	Обсяг у годинах, вид заняття		Система оцінювання знань, бали	
					min	max
1	12.11.21–27.11.21	Теоретичні основи менеджменту. Організації фармацевтичної системи як об'єкти управління. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації. Менеджмент та успішне управління. Влада. Лідерство	пр	2	7,2	12
2	12.11.21–27.11.21	Функції управління. Управління процесом прийняття рішень. Комунікативні процеси в управлінні. Організаційні комунікації фармацевтичної системи. Менеджмент і діловодство фармацевтичних організацій. Менеджмент та інформатика.	пр	2	7,2	12
3	12.11.21–27.11.21	Менеджмент і підприємництво. 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	пр	2	7,2	12
4	12.11.21–27.11.21	Основні положення маркетингу у фармації Процес управління фармацевтичним маркетингом Маркетингові дослідження та інформація Вивчення ринку лікарських засобів	пр	2	7,2	12
5	12.11.21–27.11.21	Товар у системі маркетингу. Асортиментна політика фармацевтичних і аптечних підприємств Товарна та інноваційна політика фармацевтичних підприємств	пр	2	7,2	12
Всього					36	60
6	08.02.22–26.02.22	Підсумковий модульний контроль з модуля 1: «Маркетинг у фармації»	пр	2	24	40
ВСЬОГО ЗА ВИВЧЕННЯ МОДУЛЯ 1:			12	60	100	

Зав. кафедри ФММ, професор

Володимир МАЛІЙ