



Ф А1.1-32-102-В

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

для 5 курсу спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація»  
денна форма  
(осінній семестр, 2023-2024 н.р.)

№ з/п	Дата	Тема лекції	Обсяг у год.	Лектор
<b>МОДУЛЬ 2. МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦІЇ</b>				
1	11.09.2023	Маркетингові аспекти ціноутворення фармацевтичних і аптечних підприємств	2	проф. Пестун І.В.
2	25.09.2023	Збутова діяльність фармацевтичних підприємств	2	проф. Пестун І.В.
3	09.10.2023	Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних організацій.	2	доц. Жадько С.В.
4	23.10.2023	Реклама у системі фармацевтичного маркетингу. Реклама лікарських засобів	2	доц. Жадько С.В.
5	06.11.2023	Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій	2	доц. Малініна Н.Г.
6	20.11.2023	«Паблік рилейшнз» як засіб маркетингових комунікацій. Мерчандайзинг в аптечних підприємствах. Маркетинговий контроль	2	доц. Рогуля О.Ю.
7	04.12.2023	Міжнародний маркетинг у фармації	2	проф. Пестун І.В.
<b>Всього:</b>			<b>14</b>	

*Примітка:* лекції відбуваються у понеділок (II тиждень), 12<sup>50</sup> - 14<sup>30</sup> год., ауд. вірт.

Завідувач кафедри ФММ, професор

Володимир МАЛІЙ



**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН  
ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ  
З ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ  
для 5 курсу спеціальності «Фармація, промислова фармація»  
денна форма (осінній семестр, 2023-2024 н.р.)**

№ з/п	Дата	Тема заняття	Обсяг у годинах, вид заняття	Система оцінювання знань, бали	
				min	max
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4. Маркетингові аспекти ціноутворення фармацевтичних і аптечних підприємств. Збутова діяльність у системі фармацевтичного маркетингу</b>					
1	04.09.23-08.09.23	Маркетингові аспекти ціноутворення фармацевтичних і аптечних підприємств	3 пз	-	-
2	11.09.23-15.09.23	Маркетингові аспекти ціноутворення фармацевтичних і аптечних підприємств	3 пз	1,8	3
3	18.09.23-22.09.23	Збутова діяльність фармацевтичних підприємств	3 пз	1,8	3
4	25.09.23-29.09.23	<i>Контроль засвоєння ЗМ 4</i>	3 пз	14,4	24
<b>Всього за ЗМ 4:</b>				18	30
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5. Система маркетингових комунікацій у фармації.</b>					
5	02.10.23-06.10.23	Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних організацій.	3 пз	1,8	3
6	09.10.23-13.10.23	Реклама у системі фармацевтичного маркетингу. Реклама лікарських засобів.	3 пз	1,8	3
7	16.10.23-20.10.23	Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій.	3 пз	1,8	3
8	23.10.23-27.10.23	Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій.	3 пз	3,6	6
9	30.10.23-03.11.23	«Паблік рилейшнз» як засіб маркетингових комунікацій. Мерчандайзинг в аптечних підприємствах.	3 пз	1,8	3
10	06.11.23-10.11.23	<i>Контроль засвоєння ЗМ 5</i>	3 пз	13,2	22
<b>Всього за ЗМ 5:</b>				24	40
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 6. Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг у фармації.</b>					
11	13.11.23-17.11.23	Маркетинговий контроль	3пз	1,8	3
12	20.11.23-24.11.23	Міжнародний маркетинг	3пз	1,8	3
13	27.11.23-01.12.23	<i>Контроль засвоєння ЗМ 6</i>	3пз	14,4	24
<b>Всього за ЗМ 6:</b>				18	30
14	04.12.23-08.12.23	<i>Семестровий залік з модуля 2: «Маркетинг у фармації»</i>	3 пз		
<b>ВСЬОГО ЗА ВИВЧЕННЯ МОДУЛЯ 2</b>			<b>42</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Завідувач кафедри ФММ, професор

Володимир МАЛІЙ