

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

ОСНОВИ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ У ФАРМАЦІЇ

для здобувачів вищої освіти 3 курсу (4,10д)

освітньої програми «Клінічна фармація»

(назва освітньої програми)

спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація»

(шифр, назва спеціальності)

галузі знань «22 «Охорона здоров'я»»

(шифр, назва галузі знань)

другого (магістерського) рівня вищої освіти

(назва рівня вищої освіти)

ВИКЛАДАЧІ



ШУВАНОВА Олена
Володимирівна

shuvanovaea@gmail.com



БАБІЧЕВА
Ганна
Сергіївна

babicheva.ann5@gmail.com



ЧЕГРИНЕЦЬ
Анна
Андріївна

krutskih_ann@ukr.net

1. Назва закладу вищої освіти та підрозділу:

Національний фармацевтичний університет,
кафедра фармацевтичного менеджменту та маркетингу

2. Адреса кафедри: м. Харків, вул. Валентинівська, 4

3. Веб-сайт кафедри: <https://mmf.nuph.edu.ua/>

4. Інформація про викладачів:

Шуванова Олена Володимирівна

Кандидат фармацевтичних наук, асистент кафедри фармацевтичного маркетингу та менеджменту Національного фармацевтичного університету. Досвід науково-педагогічної

діяльності – 15 років. Читає курси: «Менеджмент та маркетинг у фармації», «Етика та деонтологія у фармації», «Основи поведінки споживачів у фармації», «Маркетингові дослідження у фармації», «Маркетинг», «Маркетингові дослідження».

Бабичева Ганна Сергіївна

Кандидат фармацевтичних наук, доцент кафедри фармацевтичного маркетингу та менеджменту Національного фармацевтичного університету. Досвід наукової діяльності – 13 років, досвід науково-педагогічної діяльності – 13 років. Читає курси: «Бренд-менеджмент», «Менеджмент та маркетинг у фармації», «Основи поведінки споживачів у фармації», «Етика та деонтологія у фармації». Наукові інтереси: менеджмент, маркетинг, маркетингові дослідження фармацевтичного ринку праці, розвиток аптечних мереж, стратегія клієнтоорієнтованості у фармації.

Чегринець Анна Андріївна

Кандидат фармацевтичних наук, асистент кафедри фармацевтичного маркетингу та менеджменту Національного фармацевтичного університету. Досвід наукової діяльності – 8 років, досвід науково-педагогічної діяльності – 4 роки. Читає курси: «Менеджмент та маркетинг у фармації», «Етика та деонтологія у фармації», «Основи поведінки споживачів у фармації». Наукові інтереси: менеджмент та маркетинг.

5. Консультації: по понеділках з 12.00 до 14.00 на платформі ZOOM за посиланням: <https://us02web.zoom.us/j/8095115207?pwd=Ym1scVNGajVaZU9oUzFFbWlSRnY1dz09>

Ідентифікатор конференції: 809 511 5207, Код доступу: 022091.

6. Анотація освітньої компоненти: освітня компонента «Основи поведінки споживачів у фармації» є вибірковою для здобувачів вищої освіти спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація» освітньої програми «Фармація».

7. Мета навчальної дисципліни: Метою викладання освітньої компоненти «Основи поведінки споживачів у фармації» є формування у студентів уявлення про поведінку споживачів як про дієвий процес і можливість застосування набутих навичок у професійній діяльності з обслуговування споживачів в фармації..

8. Компетентності відповідно до освітньої програми:

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях, приймати обґрунтовані рішення..

ЗК 4. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, вчитися і бути сучасно навченим.

ЗК 5. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 7. Здатність до адаптації та дії у новій ситуації.

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Hard-skills / Фахові (спеціальні) компетентності (ФК):

ФК 12. Здатність використовувати у професійній діяльності знання нормативно-правових, законодавчих актів України та рекомендацій належних фармацевтичних практик.

ФК 13. Здатність продемонструвати та застосовувати у практичній діяльності комунікативні навички спілкування, фундаментальні принципи фармацевтичної етики та деонтології, що засновані на моральних зобов'язаннях та цінностях, етичних нормах професійної поведінки та відповідальності відповідно до Етичного кодексу

фармацевтичних працівників України і керівництв ВООЗ.

9. Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН 1. Проводити професійну діяльність у соціальній взаємодії ґрунтованій на гуманістичних і етичних засадах; ідентифікувати майбутню професійну діяльність як соціально значущу для здоров'я людини. ПРН 2. Застосовувати знання з загальних та фахових дисциплін у професійній діяльності.

ПРН 4. Демонструвати вміння самостійного пошуку, аналізу та синтезу інформації з різних джерел та використання цих результатів для рішення типових та складних спеціалізованих завдань професійної діяльності.

ПРН 6. Аргументувати інформацію для прийняття рішень, нести відповідальність за них у стандартних і нестандартних професійних ситуаціях; дотримуватися принципів деонтології та етики у професійній діяльності.

ПРН 7. Виконувати професійну діяльність з використанням креативних методів та підходів.

ПРН 9. Здійснювати професійну діяльність використовуючи інформаційні технології, «Інформаційні бази даних», системи навігації, Internet-ресурси, програмні засоби та інші інформаційно-комунікаційні технології.

ПРН 10. Дотримуватися норм спілкування у професійній взаємодії з колегами, керівництвом, споживачами, ефективно працювати у команді.

ПРН 25. Сприяти збереженню здоров'я, зокрема профілактиці захворювань, раціональному призначенню та використанню лікарських засобів. Виконувати сумлінно свої професійні обов'язки, дотримуватися норм законодавства щодо просування та реклами лікарських засобів. Володіти психологічними навичками спілкування для досягнення довіри та взаєморозуміння з колегами, лікарями, пацієнтами, споживачами.

10. Статус освітньої компоненти: вибіркова

11. Пререквізити освітньої компоненти: освітня компонента «Основи поведінки споживачів у фармації» дає загальне розуміння про основні положення поведінки споживачів у фармації: теоретичні і методичні основи вивчення поведінки споживачів, принципи поведінки споживачів на ринку взаємин між юридичними особами (B2B) та між організацією і кінцевим споживачем (B2C), вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на купівельну поведінку. Значна увага приділяється поведінці споживачів при покупці лікарських засобів та ролі фахівців у прийнятті рішення про купівлю. В основі дисципліни «Основи поведінки споживачів у фармації» лежать такі фундаментальні наукові дисципліни, як вступ до фаху, філософія етика та естетика. Дисципліна надає основи для вивчення дисциплін: менеджмент і маркетинг у фармації, етика та деонтологія фармації, соціальна фармація.

12. Обсяг освітньої компоненти: На вивчення освітньої компоненти відводиться

КФ (4,10д) — 90 годин 3 кредита ЄКТС

КФ (5,6з) — 90 годин 3 кредита ЄКТС

13. Організація навчання:

Формат викладання освітньої компоненти:

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи вивчення поведінки споживача

Тема 1. Теоретичні основи вивчення поведінки споживача

Тема 2. Методичні основи вивчення поведінки споживача

Змістовий модуль 2. Прикладні основи вивчення поведінки споживача

Тема 3. Поведінка споживача на ринку B2C: особливості, інструменти вивчення та впливу

Тема 4. Поведінка споживача на ринку B2B: особливості, інструменти вивчення та впливу

Тема 5. Основи поведінки споживача на фармацевтичному ринку

14. Види та форми контролю:

Поточний контроль: усне опитування, письмовий контроль, складання тестових завдань, вирішення ситуаційних задач, підготовка доповідей.

Контроль змістових модулів: усне опитування або письмовий контроль, складання тестових завдань.

Форма семестрового контролю: семестровий залік

Умови допуску до контролю змістових модулів: Для допуску до контролю змістових модулів 1-2 необхідна наявність мінімальної кількості балів за заняття.

Умови допуску до семестрового контролю: Поточний рейтинг понад 60 балів, відсутність невідпрацьованих пропусків практичних занять, виконання вимог, які передбачені робочою програмою освітньої компоненти.

15. Система оцінювання з освітньої компоненти:

Результати семестрового контролю у формі семестрового заліку оцінюються за 100-бальною, недиференційованою шкалою («зараховано», «не зараховано») та за шкалою ECTS.

Результати семестрового контролю у формі семестрового екзамену оцінюються за шкалою ECTS, 100-бальною та чотирибальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»).

Бали з освітньої компоненти нараховуються за таким співвідношенням:

Види оцінювання	Максимальна кількість балів (% від кількості балів за модуль — для змістових модулів)	
	Денна ф/н	Заочна ф/н
Змістовий модуль 1: - оцінювання тем (1-2) (робота на заняттях 1-2): робота на заняттях (усне опитування, складання тестових завдань, вирішення ситуаційних (розрахункових) задач); - контроль змістового модуля 1 (складання тестових завдань)	38 (38%)	50 (50%)
Змістовий модуль 2: - оцінювання тем (5-8) (робота на заняттях 5- 8): робота на заняттях (усне опитування, складання тестових завдань, вирішення ситуаційних (розрахункових) задач); - контроль змістового модуля 2 (складання тестових завдань)	62 (62%)	50 (50%)
Семестровий контроль з модуля	100 (100%)	100 (100%)

Самостійна робота здобувачів вищої освіти оцінюється під час поточного контролю та під час контролю змістового модуля

16. Політики освітньої компоненти:

Політика щодо академічної доброчесності. Ґрунтується на засадах академічної доброчесності, наведених в ПОЛ «Про заходи щодо запобігання випадків академічного плагіату у НФаУ». Списування при оцінюванні успішності здобувача вищої освіти під час контрольних заходів на практичних заняттях, контролю змістових модулів та семестрового екзамену заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача освіти є підставою для її незарахування викладачем.

Політика щодо відвідування занять. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відвідувати навчальні заняття (ПОЛ «Про організацію освітнього процесу НФаУ») згідно з розкладом (<https://nuph.edu.ua/rozklad-zanyat/>), дотримуватися етичних норм поведінки.

Політика щодо дедлайнів, відпрацювання, підвищення рейтингу, ліквідації академічної заборгованості. Відпрацювання пропущених занять здобувачем вищої освіти здійснюється відповідно до ПОЛ «Положення про відпрацювання студентами пропущених навчальних занять та порядок ліквідації академічної різниці в навчальних планах у НФаУ» згідно з встановленим на кафедрі графіком відпрацювань пропущених занять.

Підвищення рейтингу та ліквідація академічної заборгованості з освітньої компоненти здійснюється здобувачами освіти відповідно до порядку, наведеного в ПОЛ «Про порядок оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у НФаУ». Здобувачі вищої освіти зобов'язані дотримуватися усіх строків, визначених кафедрою для виконання видів письмових робіт з освітньої компоненти. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку – до 20% від максимальної кількості балів за даний вид роботи.

Політика щодо оскарження оцінки з освітньої компоненти (апеляцій). Здобувачі вищої

освіти мають право на оскарження (апеляцію) оцінки з освітньої компоненти, отриманої під час контрольних заходів. Апеляція здійснюється відповідно до ПОЛ «Положення про оскарження результатів семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти у НФаУ».

17. Інформаційне та навчально-методичне забезпечення дисципліни:

Обов'язкова література	1. Окландер, Михайло Анатолійович. Поведінка споживача [Текст] : навч. посіб. для ВНЗ / М. А. Окландер, І. О. Жарська, 2014. - 208 с. 2. Основы поведения потребителей в фармации [Электронный ресурс] : метод. рек. для семинар. занятий [студ. спец. 226 "Фармация, промышленная фармация"] / В. В. Малий, И. В. Тиманюк, Е. В. Шуванова, 2019. - 57 с. 3. Малий В. В. Основи поведінки споживачів у фармації : методичні рекомендації для семінарських занять студентів спеціальності «Фармація» / В. В. Малий, І. В. Тіманюк, О. В. Шуванова.. – Харків : НФаУ, 2018. – 20 С. 4. Малий В. В. Основи поведінки споживачів у фармації : методичні рекомендації для самостійної роботи студентів спеціальності «Фармація» / В. В. Малий, І. В. Тіманюк, О. В. Шуванова.. – Харків : НФаУ, 2018. – 28 С.
Додаткова література для поглибленого вивчення освітньої компоненти	1. Макнейл, Р. Маркетинговые исследования в сфере B2B. Анализ и оценка рынков товаров для бизнеса / Р. Макнейл ; пер. с англ. О. О. Шамрай. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 432 с. 2. Опорний конспект лекцій із дисципліни "Поведінка споживачів" за освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» / укл. : О. П. Бурліцька. – Тернопіль : ТНТУ ім. І. Пулюя, 2019. – 111 с. 3. Романенкова, О. Н. Поведение потребителей : учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. Москва : ИНФРА-М, 2015. – 318 с. 4. Фармацевтический маркетинг. Принципы, среда, практика / М. С. Смит [и др.] ; пер. с англ. Н. Г. Мефодовской ; ред. рус. изд. Ю. А. Кретинский, В. А. Мефодовский. – М. : Литтерра, 2005. – 392 с. 5. Черкашин, П. А. Готовы ли Вы к войне за клиента? Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) / П. А. Черкашин. – М. : ИНТУИТ.ру, 2004. – 384 с. 6. Энджел, Дж. Ф. Поведение потребителей / Дж. Ф. Энджел, Р. Д. Блэкуэлл, П. У. Миниард ; пер. с англ. – 10-е изд. – СПб. ; М. ; Нижний Новгород ; Воронеж : Питер, 2007. – 943 с.
Актуальні електронні інформаційні ресурси (журнали, сайти тощо) для поглибленого вивчення освітньої компоненти	1. Верховна Рада України. Законодавство України: http://zakon.rada.gov.ua 2. Офіційне Інтернет-представництво Президента України: http://www.president.gov.ua/ 3. Урядовий портал. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України: http://www.kmu.gov.ua 4. МОЗ України : http://www.moz.gov.ua 4. Держпродспоживслужба України — https://dpss.gov.ua/ https://www.facebook.com/spsa.gov.ua/ 5. Українська асоціація якості» (УАЯ) — https://uaq.org.ua/index.php/uk/ 6. Комп&ньоН.on-line—http://www.companion.ua 7. Бібліотека Української асоціації маркетингу—https://uam.in.ua/rus/books/ 8. Маркетинг в Україні—https://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/ 9. Новини маркетингу в Україні—https://mc.today/category/marketing/

	10. Новини маркетингу у світі— https://marketer.ua/ua/ 11. Щотижневик «Аптека» — https://www.apteka.ua/ 12. The Pharma media— https://thepharma.media/
Система дистанційного навчання Moodle	https://pharmel.kharkiv.edu/moodle/course/view.php?id=1083

18. Технічне й програмне забезпечення освітньої компоненти: Технічне забезпечення – комп’ютер Програмне забезпечення: Microsoft Word, Excel, Power Point, Acrobat rider, Zoom