



**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ**  
**з фармацевтичного маркетингу та менеджменту для 4 курсу**  
**спеціальності «226 Фармація, промислова фармація» освітньої**  
**програми Клінічна фармація КФМ19(5,5з)-01**  
*(осінній семестр, 2023-2024 н. р.)*

№ з/п	Дата	Тема лекції	Обсяг у год.	Лектор
<b>МОДУЛЬ 2. Маркетинг у фармації</b>				
1	22.09	Маркетингові аспекти ціноутворення фармацевтичних і аптечних підприємств. Збутова діяльність фармацевтичних підприємств. Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних організацій. Реклама у системі фармацевтичного маркетингу.	2	Доц. Жадько С.В.
2	26.09	Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій. Паблік рилейшнз як засіб маркетингових комунікацій. Мерчандайзинг в аптечних закладах. Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг у фармації	2	Доц. Жадько С.В.
		<b>ВСЬОГО:</b>	4	

Примітка. Лекції відбуваються он-лайн

Завідувач кафедри ФММ,  
професор

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Володимир МАЛИЙ



**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**  
**з фармацевтичного маркетингу та менеджменту для 3 курсу**  
**спеціальності «226 Фармація, промислова фармація» освітньої**  
**програми Клінічна фармація КФМ19(5,5з)-01**  
*(осінній семестр, 2023-2024 н. р.)*

№ з/п	Дата	Тема заняття	Обсяг у год.	Бали	
				min	max
<b>МОДУЛЬ 2. Маркетинг у фармації</b>					
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4. Маркетингові аспекти ціноутворення фармацевтичних і аптечних підприємств. Збутова діяльність у системі фармацевтичного маркетингу</b>					
1.	22.09	Маркетингові аспекти ціноутворення фармацевтичних і аптечних підприємств. Збутова діяльність фармацевтичних підприємств.	4	6	10
		<i>Підсумковий контроль засвоєння ЗМ 4</i>		6	10
<i>Всього за ЗМ 4:</i>				12	20
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5. Система маркетингових комунікацій у фармації</b>					
2	26.09	Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних організацій. Реклама у системі фармацевтичного маркетингу. Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій. Паблік рилейшнз як засіб маркетингових комунікацій. Мерчандайзинг в аптечних закладах.	4	18	30
		<i>Підсумковий контроль засвоєння ЗМ 5</i>		18	30
<i>Всього за ЗМ 5:</i>				12	20
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 6. Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг у фармації</b>					
3	28.09	Маркетинговий контроль	2	3	5
4	03.10	Міжнародний маркетинг у фармації	4	9,6	16
		<i>Підсумковий контроль засвоєння ЗМ 6</i>		18	30
<i>Всього за ЗМ 6:</i>				12	20
5		<b>Семестровий залік з модуля 2: «Маркетинг у фармації»</b>	2	-	-
<b>ВСЬОГО ЗА ВИВЧЕННЯ МОДУЛЯ 2</b>			16 п.з.	<b>60</b>	<b>100</b>

Завідувач кафедри ФММ,  
професор

\_\_\_\_\_  
 (підпис)

Володимир МАЛІЙ