

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

ВИРОБНИЧА ФАРМАЦЕВТИЧНА ПРАКТИКА З ФАРМАЦЕВТИЧНОГО

МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

для здобувачів вищої освіти 5 курсу заочної форми здобуття освіти

освітньої програми «Клінічна фармація»

спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація»

галузі знань «22 «Охорона здоров'я»»

другого (магістерського) рівня вищої освіти

ВИКЛАДАЧІ



**ЖАДЬКО Світлана
Вікторівна**

svzhadkopharm@gmail.com



**БАБІЧЕВА
Ганна
Сергіївна**

babicheva.ann5@gmail.com

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:

Жадько Світлана Вікторівна

Кандидат фармацевтичних наук, доцент кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу Національного фармацевтичного університету. Досвід педагогічної діяльності – 22 роки, у тому числі науково-педагогічної – 18 років. Читає курси: «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг», «Етика та деонтологія у фармації», «Маркетинговий менеджмент», «Інструменти діджитал маркетингу». Наукові інтереси: менеджмент, маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингові комунікації, управління маркетинговою діяльністю підприємств, зокрема з орієнтацією на специфіку фармацевтичного сектору галузі охорони здоров'я.

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.

5. Консультації: по понеділках з 14.00 до 16.00 на платформі ZOOM за посиланням: <https://us02web.zoom.us/j/8095115207?pwd=Ym1scVNGajVaZU9oUzFFbWISRnY1dz09>

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

6. Анотація освітньої компоненти: освітня компонента «Виробнича фармацевтична практика з фармацевтичного менеджменту та маркетингу» є обов'язковою для здобувачів вищої освіти спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація» освітньої програми «Клінічна фармація».

7. Мета навчальної дисципліни: Метою виробничої фармацевтичної практики з фармацевтичного менеджменту та маркетингу є закріplення та поглиблення теоретичних знань і практичних вмінь, отриманих в процесі навчання щодо виконання управлінських та маркетингових функцій, здійснення підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин.

8. Компетентності відповідно до освітньої програми:

Soft-skills / Загальні компетентності (ЗК):

- ЗК. 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
- 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.
- ЗК. 12. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні

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

ФК 2. Здатність здійснювати консультування щодо рецептурних та безрецептурних лікарських засобів й інших товарів аптечного асортименту; фармацевтичну опіку під час вибору та реалізації безрецептурного лікарського засобу шляхом оцінки співвідношення ризик/користь, сумісності, показань та протипоказань керуючись даними про стан здоров'я конкретного хворого із врахуванням біофармацевтичних, фармакокінетичних, фармакодинамічних та фізико-хімічних особливостей лікарського засобу та інших товарів аптечного асортименту.

ФК 8. Здатність організовувати діяльність аптеки із забезпеченням населення, закладів охорони здоров'я лікарськими засобами та іншими товарами аптечного асортименту й впровадити в них відповідні системи звітності й обліку (управлінського, статистичного, бухгалтерського та фінансового) відповідно до вимог Національної лікарської політики, Належної аптечної практики (GPP) та здійснювати товарознавчий аналіз, адміністративне діловодство з урахуванням організаційно-правових норм фармацевтичного законодавства.

ФК 10. Здатність розробляти, впроваджувати та застосовувати підходи менеджменту у професійній діяльності аптечних, оптово-посередницьких, виробничих підприємств та інших фармацевтичних організацій, аргументувати принципи HR-менеджменту й самоменеджменту, демонструвати навички лідерства

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.

ФК 17. Здатність організовувати і здійснювати загальне та маркетингове управління асортиментною, товарно-інноваційною, ціновою, збутою та комунікативною політиками суб'єктів фармацевтичного ринку на основі результатів маркетингових досліджень та з урахуванням ринкових процесів на національному і міжнародному ринках, управляти ризиками в системі фармацевтичного забезпечення

9. Програмні результати навчання (ПРН):

Інтегративні кінцеві *програмні результати навчання* (ПРН), формуванню яких сприяє освітня компонента «Виробнича фармацевтична практика з фармацевтичного менеджменту та маркетингу»:

ПРН 1. Проводити професійну діяльність у соціальній взаємодії основаній 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 3. Дотримуватись норм санітарно-гігієнічного режиму та вимог техніки безпеки при здійснення професійної 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 5. Позиціонувати свою професійну діяльність та особистісні якості на фармацевтичному ринку праці; формулювати цілі власної діяльності з урахуванням суспільних і виробничих інтересів.

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 8. Здійснювати професійне спілкування державною мовою, використовувати навички усної комунікації іноземною мовою, аналізуючи тексти фахової спрямованості та перекладати іншомовні інформаційні джерела.

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 12. Аналізувати інформацію, отриману в результаті наукових досліджень, узагальнювати, систематизувати її використовувати у професійній діяльності. ПРН

ПРН 14. Визначати переваги та недоліки лікарських засобів різних фармакологічних груп з урахуванням їхніх хімічних, фізико-хімічних, біофармацевтичних, фармакокінетичних та фармакодинамічних особливостей. Рекомендувати споживачам безрецептурні лікарські засоби та інші товари аптечного асортименту з наданням консультивативної допомоги та фармацевтичної опіки .

ПРН 20. Здійснювати комплекс організаційно-управлінських заходів щодо забезпечення населення та закладів охорони здоров'я лікарськими засобами та іншими товарами аптечного асортименту. Здійснювати усі види обліку в аптечних закладах, адміністративне діловодство, процеси товарознавчого аналізу.

ПРН 21. Розраховувати основні економічні показники діяльності аптечних закладів, а також податки та збори. Формувати усі види цін (оптово-відпускні, закупівельні та роздрібні) на лікарські засоби та інші товари аптечного асортименту.

ПРН 22. Здійснювати управління фармацевтичними організаціями та визначати його ефективність з використанням функцій менеджменту. Приймати управлінські рішення на основі сформованих лідерських та комунікативних здібностей фармацевтичних кадрів щодо стратегічного планування діяльності підприємств.

ПРН 24. Планувати та реалізовувати професійну діяльність на основі нормативно-правових актів України та рекомендацій належних фармацевтичних практик

ПРН 25. Сприяти збереженню здоров'я, зокрема профілактиці захворювань, раціональному призначення 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.

ПРН 29. Забезпечувати конкурентоспроможні позиції та ефективний розвиток фармацевтичних організацій на основі проведеної дослідницької роботи за усіма елементами комплексу маркетингу.

10. Статус освітньої компоненти: обов'язкова

11. Пререквізити освітньої компоненти: Маркетингові дослідження у фармації вивчення освітньої компоненти ґрунтуються на знаннях освітніх компонент: «Менеджмент та маркетинг у фармації», «Соціальна фармація», «Організація та економіка фармації» та є основою для подальшого засвоєння професійних освітніх компонент рівня «магістр» спеціальності «Фармація, промислова фармація».

12. Обсяг освітньої компоненти: На вивчення освітньої компоненти відводиться 90 годин 3 кредити ЄКТС

13. Організація навчання:

Формат викладання освітньої компоненти:

Змістовий модуль 1. Практична реалізація теорії менеджменту у фармації

Тема 1. Теоретичні основи менеджменту

Тема 2. Організації як об'єкти управління

Тема 3. Менеджмент та успішне управління

Тема 4. Функції управління

Тема 5. Управління процесом прийняття рішень.

Тема 6. Комунікативні процеси в управлінні

Тема 7 «Менеджмент та діловодство фармацевтичних організацій. Менеджмент та інформатика»

Тема 8. Менеджмент і підприємництво

Тема 9. Управління трудовими ресурсами.

Тема 10. Групова динаміка і керівництво. Управління конфліктами, стресами.

Тема 11. Трудові відносини за ринкових умов

Тема 12. Оцінка ефективності діяльності організації та управління

Змістовий модуль 2. Маркетинг у практичній фармації

Тема 13. Основні положення маркетингу у фармації.

Тема 14. Процес управління фармацевтичним маркетингом.

Тема 15. Вивчення фармацевтичного ринку.

Тема 16. Маркетингові дослідження та інформатика

Тема 17. Товар у системі маркетингу. Асортиментна політика фармацевтичних підприємств.

Тема 18. Товарна політика фармацевтичних підприємств

Тема 19. Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних підприємств

Тема 20. Збутоva діяльність фармацевтичних підприємств.

Тема 21. Маркетингова політика комунікацій.

Тема 22. Реклама в системі фармацевтичного маркетингу

Тема 23. Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій

Тема 24. Паблік рилейшнз. як засіб маркетингових комунікацій. Мерчандайзинг в аптечних закладах

Тема 25. Маркетинговий контроль

Тема 26. Міжнародний маркетинг

14. Види та форми контролю:

Поточний контроль: усне опитування, заповнення звітних документів, складання тестових завдань.

Контроль змістових модулів: співбесіда, перевірка звітних документів, складання тестових завдань.

Форма семестрового контролю: семестровий диференційований залік

Умови допуску до семестрового контролю: надання звітних документів з відмітками бази практики, виконання вимог, які передбачені робочою програмою освітньої компоненти.

15. Система оцінювання з освітньої компоненти:

Оцінювання результатів практичної підготовки здійснюється за шкалою ECTS, 100-бальною та чотирибальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Формою підсумкового контролю практики є диференційований залік. Результат заліку за практичну підготовку заноситься до відомості обліку успішності та індивідуального навчального плану здобувача вищої освіти.

Бали з освітньої компоненти нараховуються за таким співвідношенням:

Види оцінювання	Максимальна кількість балів (% від кількості балів за модуль — для змістових модулів)
Змістовий модуль 1: - оцінювання тем (1-12) перевірка звіту, усне опитування за результатами проходження виробничої практики; - виконання тестових завдань,	50 (50%)
Змістовий модуль 2: - оцінювання тем (13-26) перевірка звіту, усне опитування за результатами проходження виробничої практики; - виконання тестових завдань	50 (50%)
Семестровий контроль з модуля	100 (100%)

Самостійна робота здобувачів вищої освіти оцінюється під час поточного контролю та під час з семестрового заліку.

16. Політики освітньої компоненти:

Політика щодо академічної добросердечності. Грунтується на засадах академічної добросердечності, наведених в ПОЛ «Про заходи щодо запобігання випадків академічного плагіату у НФаУ». Виявлення ознак академічної недобросердечності в письмовій роботі (звіті з практики) здобувача освіти є підставою для її незарахування викладачем.

Політика щодо відвідування занять. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відвідувати базу

практики згідно з графіком, після закінчення практики у встановлений термін представити на керівникові практики від кафедри звітні документи, дотримуватися етичних норм поведінки.

Політика щодо дедлайнів, відпрацювання, підвищення рейтингу, ліквідації академічної заборгованості. відповідно до порядку, наведено в «ПОЛ А2.2-40-022_Положення про практичну підготовку здобувачів вищої освіти в НФаУ. ред.04.2022». якщо програма практики не виконана здобувачем вищої освіти з поважної причини, то йому надається можливість проходження практики повторно за індивідуальним графіком у вільний від навчання час.

Підвищення рейтингу та ліквідація академічної заборгованості з освітньої компоненти здійснюється здобувачами освіти відповідно до порядку, наведено в «ПОЛ А2.2-40-022_Положення про практичну підготовку здобувачів вищої освіти в НФаУ. ред.04.2022». 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 (апеляції). 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	<ol style="list-style-type: none"> 1. Фармацевтичний маркетинг та менеджмент : навч. посіб. Для здобувачів вищої освіти / В. В. Малий, С.В. Жадько, О.М. Євтушенко та ін.; за заг.ред. проф. В. В. Малого. – Х. : НФаУ, 2022. – 226 с. 2. Mnushko Z. M. Менеджмент та маркетинг у фармації, ч.1. Менеджмент у фармації : підруч. для студ. виш. навч. закладів / Z. M. Mnushko, N. M. Dihtryanova. – X. : Vid-bo NFAU ; «Zolotі storіnki», 2009. – 448 c. 3. Mnushko Z.M. Менеджмент та маркетинг у фармації. Ч. II. Маркетинг у фармації: підруч. для студ. ВНЗ. – 2-ге вид., доп. та перероб. / Z. M. Mnushko, N. M. Dihtryanova; за ред. Z. M. Mnushko. – X.: Vid-bo NFAU; Zolotі storіnki, 2010.–512 c. 4. Mnushko Z. M. Менеджмент та маркетинг у фармації. Ч. I. Менеджмент у фармації : підруч. для студ. виш. навч. закладів / Z. M. Mnushko, N. M. Dihtryanova ; за ред. Z. M. Mnushko. – 2-е вид. – електронний інтерактивний підручник. 5. Mnushko Z. M. Менеджмент та маркетинг у фармації. Ч. II. Маркетинг у фармації : підруч. для студ. ВНЗ. – 2-ге вид., доп. та перероб. / Z. M. Mnushko, N. M. Dihtryanova ; за ред. Z. M. Mnushko. – електронний інтерактивний підручник. 6. Навчальний посібник для самостійної роботи студентів з дисципліни менеджмент та маркетинг у фармації / В. В. Малий, Л. П. Дорохова, С. В. Жадько та ін.; за ред. В. В. Малого. – Х. : НФаУ, 2015. – 474 с. 7. Менеджмент та маркетинг у фармації: збірник тестів для підготовки студентів до стандартизованого тестового іспиту «Крок2» / С.В. Жадько, В.В. Малий, Л.П. Дорохова, О.Ю. Рогуля, А.Б. Ольховська. – Х.: Вид-bo NFAU, 2014. – 134 с. 8. Громовик Б.П. Менеджмент і маркетинг у фармації: підручник / Б.П. Громовик, Г.Д. Гасюк, О.Р. Левицька; за ред. д-ра фарм. наук, проф. Б.П. Громовика. – К.: Медицина, 2008. – 752 с.
-----------------------------------	--

<p>Додаткова література для поглибленого вивчення освітньої компоненти</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Бабічева Г. С., Жадько С. В. Вивчення маркетингових інформаційних потоків в діяльності аптечних мереж. Актуальні проблеми розвитку галузевої економіки та логістики : матер. IX наук.-практ. конференції з міжнар. участю (28 жов. 2021 р., м. Харків) / ред. кол. : О. В. Посилкіна та ін. – Х.: НФаУ, 2021. С. 14–23. 2. Бабічева Г.С., Малініна Н.Г. Дослідження ставлення споживачів до PR-діяльності підприємств фармацевтичної галузі. Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: зб. матеріалів IX міжнарод. наук.-практ. дистанційної конференції, Харків: НФаУ, 18.03.2021. С. 425-433. 3. Балабанова, Л. В. Стратегічний маркетинг : підруч. для ВНЗ / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова; Донецький нац. університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – К. : Центр учебової літератури, 2014. – 632 с. 4. Барковська, О. Я., Рогуля О. Ю., Лебединець В. О., Огарь С. В. Теоретико-методичні підходи до впровадження системи моніторингу працевлаштування фахівців фармації. Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. 2019. № 2. С. 6-15. 5. Гаевська Л. М., Марченко О. І. Підприємницька діяльність : підручник. Ірпінь : Університет ДФС України, 2019. 500 с. 6. Господарський Кодекс України (№436-IV). 7. Довгань Л. Є., Ведута Л. Л., Мохонько Г.А. Технології управління людськими ресурсами. КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 512 с. 8. Забарна, Є. М. Маркетинг : підруч. / Є. М. Забарна, Т. О. Окландер. – Одеса : ОНПУ, 2012. – 149 с. 9. Кодекс законів про працю України (№ 322-VIII). https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08/stru 10. Кудирко, Л. П. Формування систем збуту за участі міжнародних роздрібних торговельних мереж / Л. П. Кудирко, І. М. Севрук // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. – 2018. – № 8 (173). – С. 36–42. 11. Кутусєв, П. В. Конфліктологія: соціологічна перспектива : навч.посіб. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова 2014. 226 с 12. . Лугова В. М., Голубєв С. М.Основи самоменеджменту та лідерства : навч.посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 212 с. 13. Малий В. В., Євтушенко О. М., Ольховська А. Б., Шуванова О. В., Пестун І. В., Слободянюк М. М., Рогуля О.Ю. Формування професійної компетентності майбутніх фармацевтичних фахівців у процесі вивчення дисципліни «Фармацевтичний маркетинг та менеджмент». Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики : зб. наук. робіт щорічної VIII ОК», 2021. – 224 с. 14. Маркетинг для магістрів : навч. посіб. для ВНЗ / за ред. С. М. Ілляшенка. – Суми: Університетська книга, 2014. – 928 с. 15. Маркетинг: бакалаврський курс : підруч. для ВНЗ / Сумський держ. ун-т, НДІ економіки розвитку МОН України та НАН України ; за заг. ред. С. М. Ілляшенка. – Суми: Університетська книга, 2014. – 1134 с. 16. Менеджмент : Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. – Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». – Житомир: Вид-во «Рута», 2021. – 856 с. 17. Міжнародний маркетинг : навч. посіб. / за ред. Ю. Г. Козака, С. Смичека, І. Л. Літовченко. – К. : Центр учебової літератури, 2014. – 294 с.
---	---

	<p>18. Мороз В.М., Мороз С.А. Ризик-менеджмент : навч. посібник для студ. спец. 281 «Публічне управління та адміністрування». Харків : НТУ «ХПІ», 2018. 140 с.</p> <p>19. Основи менеджменту: Конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. Для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнесадміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова.— Електронні текстові дані (1 файл: 560 КБ). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021.166 с.</p> <p>20. Осовська, Г. В. Менеджмент організацій : підруч. для ВНЗ / Г. В. Осовська, Л. Ц. Масловська, О. А. Осовський . – К. : Кондор, 2016. – 366 с.</p> <p>21. Палига Є. М., Гірняк О. М., Лазановський П. П. Маркетинг : підруч. Львів : Українська академія друкарства, 2020. 352 с.</p> <p>22. Пестун І. В. Теоретичне обґрунтування та практична реалізація концепції кадрового маркетингу у фармації / І. В. Пестун, Г. С. Бабічева, С. В. Жадько // Соціальна фармація в охороні здоров'я. – 2020. – Т. 6, № 1. – С. 40-49.</p> <p>23. Пестун І.В. Аналіз загальних і фармацевтичних маркетингових досліджень світового та національного ринків // Пестун І.В., Мнушко З.М. / Управління, економіка та забезпечення якості у фармації.– 2019.– №2(58).– С. 56-64</p> <p>24. Пестун І.В. Маркетингове управління в системі забезпечення населення ліками: монографія // І.В.Пестун, З.М. Мнушко. – Х.: Вид-во НФаУ, 2013. – 312 с.</p> <p>25. Півень О. П., Ткаченко І. В., Шуванова О. В. Оцінка лояльності клієнтів до аптечного закладу на основі концепції SERVQUAL: наук.-метод. реком. Х.: НФаУ, 2017. 28 с.</p> <p>26. Самборський О.С. Визначення потенційної ємкості ринку лікарських засобів (на прикладі антианемічних препаратів) / О.С. Самборський, М.М. Слободянюк, О.М. Євтушенко: метод.реком. НФаУ. Харків, 2019. – 30 с.</p> <p>27. Старостіна, А. О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків : підруч. / А. О. Старостіна. – К. : Лазарит-Поліграф, 2012. – 480 с.</p> <p>28. Самборський О.С. Обґрунтування сучасних підходів до галузевого регулювання обігу соціально орієнтованого асортименту ліків у системі фармацевтичного забезпечення населення / О.С. Самборський, М.М. Слободянюк : наук. метод. реком. НФаУ. Харків, 2019. – 24 с.</p> <p>29. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.</p> <p>30. Слободянюк М.М. Маркетингові підходи до удосконалення управління інноваційним продуктовим портфелем фармацевтичного підприємства / М.М. Слободянюк, О.С. Самборський, Л.М. Гаврищук // Фармацевтичний часопис. – 2019. – № 1 (46). – С. 69–77.</p> <p>31. Слободянюк М.М. Теоретичні основи і методичне обґрунтування комплексного аналізу та моделювання доцільності й ефективності розробок нових лікарських засобів / М.М. Слободянюк, О.С. Самборський, Т. Германовскі // Соціальна фармація в охороні здоров'я. –2017. – Т 3, № 4. – С. 19 – 31. doi: 10.24959/sphcj.17.95.</p>
--	---

	<p>32. Сучасний менеджмент у питаннях та відповідях. Навчальний посібник / А.М.Балашов, Г.Є. Мошек, В.В. Молдован, Д.І. Полутов, А.С. Соломко, Н.В. Ткаченко; заг. Редакція д.н.д.р. проф. Балашова А.М. та к.е.н. проф. Мошека Г.Є. – К.: Алерта, 2018. – 620с.</p> <p>33. Чертков Ю. Брэнд-машина / Ю.І. Чертков, Иноземцев Г. – К., Моріон, 2018. – 368 с.</p>
Актуальні електронні інформаційні ресурси (журнали, сайти тощо) для поглибленого вивчення освітньої компоненти	<ol style="list-style-type: none">1. Кантар-Україна—https://www.kantar.com/locations/ukraine#_=2. PRO-CONSULTING—https://pro-consulting.ua/ua/services/marketingovye-issledovaniya3. SMD—http://smd.net.ua/4. Proxima research—https://proximaresearch.com/5. Бізнес кредит—bck.com.ua6. ACNielsen Ukraine—https://www.nielsen.com/about-us/locations/ukraine/7. Комп&ньоН.on-line—http://www.companion.ua8. Бібліотека Української асоціації маркетингу—https://uam.in.ua/rus/books/9. Маркетинг в Україні—https://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/10. Новини маркетингу в Україні—https://mc.today/category/marketing/11. Новини маркетингу у світі—https://marketer.ua/ua/12. Delo.ua—https://delo.ua/ru/economy/13. Щотижневик «Аптека» —https://www.apteka.ua/14. The Pharma media—https://thepharma.media/
Система дистанційного навчання Moodle	https://pharmel.kharkiv.edu/moodle/course/view.php?id=4215

18. Технічне й програмне забезпечення освітньої компоненти:

Матеріально-технічне забезпечення бази виробничої практики.

Комп'ютер, мультимедійний проектор, Google Workspace for Education Standard, ZOOM, MOODLE.