



**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНОЇ ФАРМАЦІЇ**

**Інтернет-засідання завідувачів однопрофільних кафедр
з дисципліни**

**«МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦІЇ ТА
ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНІЙ ГАЛУЗІ»**

**(для студентів спеціальності «Технологія парфумерно-
косметичних засобів»)**

***Доповідачі:* проф. А.А. Котвіцька,
доц. І.В. Кубарєва, доц. А.В. Волкова,
доц. Н.В. Чмихало, доц. О.М. Вороніна**

Питання 1

Про обговорення структури змісту дисципліни «Менеджмент та маркетинг у фармації та ПКГ» ліцензійного іспиту «Крок-2» для спеціальності «ТПКЗ» у зв'язку зі зменшенням кількості навчальних годин і форми проведення занять

Структура навчальної дисципліни «ММФ та ПКГ»

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНИЙ МЕТОДИЧНИЙ КАБІНЕТ
З ВИЩОЇ МЕДИЧНОЇ ОСВІТИ

ЗАТВЕРДЖЕНО
Директор Центрального
методичного кабінету з вищої
медичної освіти МОЗ України
І.С.Вітвішко
_____ 2012 р.

МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦІЇ
ТА ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНИЙ ГАЛУЗІ

програма навчальної дисципліни
для студентів вищого фармацевтичного навчального
закладу та фармацевтичних факультетів
вищих медичних навчальних закладів
III – IV рівнів акредитації

2011-12
н.р.

спеціальність: «Технологія парфумерно-косметичних засобів»

КИЇВ – 2012

Структура навчальної дисципліни	Кількість годин / з них			Рік навчання	
	Всього годин / кредитів	Аудиторних			
		лекцій	практичних занять	СРС	
	270/7,5	30	120	120	4 та 5
МОДУЛЬ 1					
Змістових модулів 3	126/3,5	18	68	40	
МОДУЛЬ 2					
Змістових модулів 3	84/2,5	12	44	28	
Підсумковий тестовий контроль засвоєння модулів	24/0,5		8	16	
Екзаменаційний модуль	36/1			36	
Курсова робота					

**Аудиторне навантаження – 56%,
самостійна робота студентів – 44%.**

2015-16
н.р.

Найменування показників	Спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни денна форма навчання (5,0 р.н.)
Кількість кредитів – 7,5	Спеціальність: 7.12020104 <u>Технологія парфумерно-косметичних засобів</u>	Нормативна
Модулів - 2		Рік підготовки: 4-5-й
Змістових модулів – 6 (5,0 р.н.)		Семестр 8-9-й
Загальна кількість годин – 225	Освітньо-кваліфікаційний рівень: <u>спеціаліст</u>	Лекції 35 год.
		Практичні 49 год.
		Семінарські 40 год.
		Самостійна робота 101 год.
		Вид контролю: ПМК (екзамен)
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3,5 самостійної роботи студента – 2,9		Курсова робота : залік

Зміст дисципліни «МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦІЇ та ПКГ» ліцензійного іспиту «Крок-2» для спеціальності «ТПКЗ»

2012 р.

- 1 Теоретичні основи менеджменту
- 2 Організації як об'єкти управління.
- 3 Менеджмент та успішне управління
- 4 Функції управління. Управління процесом прийняття рішень
- 5 Комунікативні процеси в управлінні
- 6 Менеджмент і підприємництво
- 7 Управління трудовими ресурсами та персоналом організації. Групова динаміка і керівництво. Управління конфліктами.
- 8 Трудові відносини за ринкових умов
- 9 Оцінка ефективності діяльності організації та управління.
- 10 Основні положення маркетингу у фармацевції
- 11 Процес управління фармацевтичним маркетингом. Вивчення ринку лікарських та парфумерно-косметичних засобів.
- 12 Товар в системі маркетингу. Асортиментна політика фармацевтичних та парфумерно-косметичних підприємств.
- 13 Товарна та інноваційна політика фармацевтичних та парфумерно-косметичних підприємств
- 14 Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та парфумерно-косметичних підприємств
- 15 Збутова діяльність фармацевтичних та парфумерно-косметичних підприємств
- 16 Маркетингова політика комунікацій. Реклама у системі фармацевтичного маркетингу.
- 17 Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій.
- 18 Маркетингові дослідження та інформація.
- 19 Маркетинговий контроль
- 20 Міжнародний маркетинг

Пропозиції 2016 р.

1. Менеджмент як наука та практика управління організацією.
2. Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами та персоналом організації.
3. Основи маркетингу у фармацевтичній і парфумерно-косметичній галузі. Процес управління фармацевтичним маркетингом.
4. Товар у системі маркетингу. Товарна політика фармацевтичних та парфумерно-косметичних підприємств.
5. Цінова та збутова політика фармацевтичних та парфумерно-косметичних підприємств.
6. Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних та парфумерно-косметичних підприємств.
7. Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг

Питання 2

Про удосконалення змісту навчальних планів і програм з дисципліни «ММФ та ПКГ» відповідно до сучасних умов розвитку галузі

Напрямки удосконалення змісту програми навчальної дисципліни

МОДУЛЬ «МЕНЕДЖМЕНТ ЯК НАУКА ТА ПРАКТИКА УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ» потребує адаптації до сучасних соціально-економічних змін, що відбуваються в суспільно-політичному житті України, зокрема:

Тема «Функції управління. Управління процесом прийняття рішень» (винесення самостійне вивчення теоретичне питання: Види організаційних структур: лінійна, лінійно-штабна, функціональна, дивізійна, матрична, як не актуальні на сьогодні)

РОЗШИРЕННЯ ТЕМАТИКИ ДИСЦИПЛІНИ НАСТУПНИМИ ТЕМАМИ:

Тема «Організаційна культура та управління змінами»:

Поняття, зміст і структура організаційної культури. Розвиток організаційної культури. Вплив культури на організаційну ефективність. Підходи до вимірювання впливу культури. Відповідність культури прийнятій стратегії. Управління організаційною культурою. Ситуаційний підхід і концепція управлінського вибору. Соціальні, економічні та технологічні чинники змін. Політичні фактори змін. Організаційний розвиток. Природа і методи планованих змін.

Тема «Проблеми сучасного менеджменту в Україні»:

Нові вимоги до управління. Сучасні тенденції розвитку менеджменту. Управління якістю і якість управління. Інноваційний потенціал менеджменту. Професіоналізація управління. Партисипативне управління підприємствами. Подальший розвиток видів навчання, перенавчання та професійної перепідготовки менеджерів. Шляхи підвищення ефективності менеджменту.

Дякуємо за увагу!