

**СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ  
ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА  
З ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

для здобувачів вищої освіти 5 курсу денної форми здобуття освіти  
освітньої програми «Технології парфумерно-косметичних засобів»  
спеціальності «226 Фармація, промислова фармація»  
галузі знань «22 Охорона здоров'я»  
другого (магістерського) рівня вищої освіти

**ВИКЛАДАЧІ**



**ВОЛКОВА**  
Аліна Вікторівна

volkova.nuph@gmail.com



**ОВАКІМЯН**  
Ольга  
Сергіївна

o.ovakimian.stud.nfau@gmail.com



**НОЗДРИНА**  
Альміра  
Абб'яссівна

Almira.nozdrina@ukr.net



**СЕВРЮКОВ**  
Олександр  
Вікторович

al.sevryukoff@gmail.com

**1. Назва закладу вищої освіти та підрозділу:** Національний фармацевтичний університет, кафедра соціальної фармації.

**2. Адреса:** м. Харків, вул. Валентинівська, 4, 4-й поверх, т. 057-67-91-81.

**3. Веб-сайт:** <http://socpharm.nuph.edu.ua>

**4. Інформація про викладачів:**

**Волкова Аліна Вікторівна** – кандидат фарм. наук, доцент, завідувачка кафедри соціальної фармації. Досвід науково-педагогічної діяльності – 13 років. Викладає освітні компоненти: «Академічна доброчесність», «Фармацевтичне право та законодавство», «Соціальна фармація», «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг», «Вступ до фаху». Наукові інтереси: соціальні аспекти управління фармацевтичним забезпеченням населення, соціальні тенденції маркетингу у фармацевтичній галузі.

**Овакіян Ольга Сергіївна** – кандидат соціол. наук, доцент. Досвід науково-педагогічної діяльності – 22 роки. Викладає освітні компоненти: «Маркетингові дослідження у фармації», «Соціологічні дослідження у фармації», «Соціологія організації та сучасна економічна теорія», «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг». Наукові інтереси: інструменти системи забезпечення якості вищої освіти, інноваційні методи навчання, прикладна соціологія, маркетингові дослідження фармацевтичного ринку.

**Ноздріна Альміра Аббасівна** – асистент кафедри соціальної фармації. Досвід практичної діяльності – 15 років. Досвід науково-педагогічної діяльності – 4 роки. Викладає освітні компоненти «Вступ до фаху», «Соціальна фармація», «Організація та економіка фармації», «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг». Наукові інтереси: соціально-економічні аспекти фармацевтичного забезпечення хворих на гепатит В та С.

**Северюков Олександр Вікторович** – кандидат фарм. наук, доцент. Досвід науково-педагогічної діяльності – 5 років. Викладає освітні компоненти: «Вступ до фаху», «Фармацевтичне право та законодавство», «Соціальна фармація». Наукові інтереси: автоматизація бізнес-процесів у сучасних аптечних закладах, економіка та менеджмент підприємств аптечного профілю; експериментальна фармакологія та фармакогнозія

**5. Консультації** відбуваються в онлайн форматі відповідно до розкладу викладачів, що розміщено на сайті кафедри.

**6. Анотація освітньої компоненти:** Предметом освітньої компоненти «Виробнича фармацевтична практика з фармацевтичного маркетингу та менеджменту» є управлінська та маркетингова діяльність у галузі фармації, на засадах використання теоретичних і прикладних положень менеджменту та маркетингу. Основними завданнями є формування практичних умінь у галузі фармації. Здобувач повинен володіти теоретичними основами менеджменту та маркетингу у фармації з подальшою їх реалізацією у практичні вміння. Освітня компонента є нормативною та входить до циклу обов'язкових дисциплін професійної та практичної підготовки на здобуття другого магістерського рівня галузі знань «22 Охорона здоров'я». Форма семестрового контролю успішності навчання – диференційний залік.

**7. Мета освітньої компоненти:** закріплення та поглиблення теоретичних знань і практичних умінь, одержаних 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 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 10. Здатність до вибору стратегії спілкування, здатність працювати в команді та з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності.

ЗК 12. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

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

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

ФК 16. Здатність організовувати і здійснювати загальне та маркетингове управління асортиментною, товарно-інноваційною, ціновою, збутовою 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:

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 урахування 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 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 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 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 28. 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:** освітня компонента базується на вивченні здобувачами «Фармацевтичного маркетингу та менеджменту», закладає основи для підготовки кваліфікаційної роботи, сприяє формуванню вмінь застосовувати знання з менеджменту та маркетингу у фармації у професійній діяльності.

**12. Обсяг освітньої компоненти:** 3 ECTS – 90 годин.

**13. Організація навчання:**

Формат викладання освітньої компоненти: виконання самостійних завдань на базі практики

### **Зміст освітньої компоненти:**

<b>Змістовий модуль 1. Практична реалізація теорії менеджменту у фармації</b>
Тема 1-2. Теоретичні основи менеджменту. Організація як об'єкт управління
Тема 3-4. Менеджмент та успішне управління. Функції управління. Управління процесом

прийняття рішень
Тема 5. Комунікативні процеси в управлінні
Тема 6. Менеджмент і підприємництво
Тема 7-8. Управління трудовими ресурсами та персоналом організації. Групова динаміка і керівництво. Управління конфліктами. Трудові відносини за ринкових умов.
<b>Змістовий модуль 2. Маркетинг у практичній фармації</b>
Тема 9-10. Основні положення маркетингу у фармації Процес управління фармацевтичним маркетингом. Вивчення ринку лікарських засобів.
Тема 11-12. Товар у системі маркетингу. Асортиментна політика фармацевтичних підприємств; їх товарна політика.
Тема 13. Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств.
Тема 14. Збутова діяльність фармацевтичних підприємств.
Тема 15-16. Маркетингова політика комунікацій. Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій.
Тема 17. Маркетингові дослідження та інформатика.

**14. Види та форми контролю:**

*Поточний контроль:* здійснюється у вигляді письмового звіту (щоденника практики) відповідно до програми практики за кожну тему освітньої компоненти.

*Контроль змістових модулів:* вирішення практичних (розрахункових) завдань на базі практики

*Форма семестрового контролю:* семестровий диференційний залік

*Умови допуску до контролю змістових модулів:* для допуску до контролю змістового модуля необхідна наявність мінімальної кількості балів за теми змістового модулю

*Умови допуску до семестрового контролю:* поточний рейтинг 60 та більше балів, відсутність невідпрацьованих пропусків практичних занять, виконання всіх вимог, які передбачені робочою програмою освітньої компоненти.

**15. Система оцінювання з освітньої компоненти.** Поточний контроль теоретичних знань, практичних умінь та навичок проводиться керівником практики від організації. Семестровий модульний контроль проводиться керівником практики від НФаУ. Загальні бали успішності сумуються та складають максимум 100 балів, мінімум 60 балів.

Заохочувальні (додаткові) бали: виконання індивідуального завдання, участь в олімпіадах, конкурсах, студентських наукових конференціях тощо – до 10 балів.

Оцінювання практичних умінь та навичок (від 0,5 до 30 балів):

Система оцінювання, бали	Критерії оцінки
30	Практичні завдання (ситуаційні завдання) виконано здобувачем вищої освіти самостійно без помилок. Щоденник та звіт з виробничої практики оформлено за вимогами, без помилок.
10-29	Практичні завдання виконано самостійно, проте допущено помилки в розрахунках, принципах підготовки матеріалів тощо. Щоденник та звіт з виробничої практики оформлено в цілому за вимогами, але є помилки, які не впливають на загальне добре враження.
0,5-9	Здобувач вищої освіти не зміг виконати практичні та ситуаційні завдання, не оформив щоденник та звіт з виробничої практики.

Оцінювання теоретичних знань (від 0,5 до 30 балів):

Система оцінювання, бали	Критерії оцінки
--------------------------	-----------------

30	Здобувач виявив всебічні, систематизовані, глибокі знання матеріалу освітньої компоненти, вмів коректно інтерпретувати одержані результати; демонструє знання матеріалу на рівні творчого використання
10-29	Здобувач виявив знання матеріалу освітньої компоненти передбачене на рівні відтворення, припустив окремі несуттєві помилки під час інтерпретації одержаних результатів
0,5-9	Здобувач виявив серйозні пробіли в знаннях основного матеріалу, допустив принципові помилки

Семестровий модульний контроль передбачає:

Контроль виконання практичних (ситуаційних) завдань (20 балів)

Комп'ютерне тестування (20 тестів – 20 балів)

Виробнича практика з ФММ вважається зарахованою, якщо здобувач вищої освіти набрав від 60 до 100 балів.

#### 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 (в т.ч. із використанням мобільних девайсів) є фактом порушення принципів академічної доброчесності. 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 дедайнів, 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	<p>1. Менеджмент та маркетинг у фармації. Методичні рекомендації для підготовки здобувачів вищої освіти до ліцензійного іспиту «КРОК-2». Ч. 1. Менеджмент у фармації / А.А. Котвіцька, І.В. Кубарева, А.В. Волкова та ін. – Х. : Вид-во НФаУ, 2017. – 74 с.</p> <p>2. Менеджмент та маркетинг у фармації. Методичні рекомендації для підготовки здобувачів вищої освіти до ліцензійного іспиту «КРОК-2». Ч. 2. Маркетинг у фармації / А.А. Котвіцька, І.В. Кубарева, А.В. Волкова та ін. – Х. : Вид-во НФаУ, 2017. – 92 с.</p>
------------------------	--

	<p>3. Мнушко З. М. Менеджмент та маркетинг у фармації. Ч. І. Менеджмент у фармації : підруч. для студ. вищ. навч. закладів / З. М. Мнушко, Н. М. Діхтярьова ; за ред. З. М. Мнушко. – 2-е вид. – електронний інтерактивний підручник. URL: <a href="https://irbis.nuph.edu.ua/full_text/2009/mm_f_tom1_2009.pdf">https://irbis.nuph.edu.ua/full_text/2009/mm_f_tom1_2009.pdf</a></p> <p>4. Мнушко З. М. Менеджмент та маркетинг у фармації. Ч. ІІ. Маркетинг у фармації : підруч. для студ. ВНЗ. – 2-ге вид., доп. та перероб. / З. М. Мнушко, Н. М. Діхтярьова ; за ред. З. М. Мнушко. – електронний інтерактивний підручник. URL: <a href="https://irbis.nuph.edu.ua/full_text/2010/2010_MM_F_UKR_tom2.pdf">https://irbis.nuph.edu.ua/full_text/2010/2010_MM_F_UKR_tom2.pdf</a></p>
Додаткова література для поглибленого вивчення освітньої компоненти	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 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.</li> <li>2. Котвіцька А. А. Дослідження сучасних підходів до формування асортиментної політики вітчизняних фармацевтичних підприємств / А. А. Котвіцька, В. Г. Костюк // Соціальна фармація в охороні здоров'я. – 2016. – Т. 2, №2. – С. 37-43.</li> <li>3. Лилик Ірина Ринок маркетингових досліджень в Україні 2019 рік: експертна оцінка та аналіз УАМ // Маркетинг в Україні. – 2020. – №1. – С. 4-29.</li> <li>4. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Л. С. Безугла, Т. В. Ільченко, Н. І. Юрченко та ін. – Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. – 300 с.</li> <li>5. Маркетингові дослідження асортименту контрастних лікарських засобів, репрезентованих на фармацевтичному ринку України / Т. А. Пальчевська, О. П. Баула, О. О. Салій, В. І. Бессарабов, Г. В. Тарасенко, Г. Г. Куришко // Фармацевтичний часопис. – 2020. – № 1 (53). – С. 66-74.</li> <li>6. Маркетингові дослідження: підручник / Н. С. Косар, О. Б. Мних, Є. В. Крикавський, С. В. Леонова. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. – 460 с.</li> <li>7. Самборський О.С. Обґрунтування сучасних підходів до галузевого регулювання обігу соціально орієнтованого асортименту ліків у системі фармацевтичного забезпечення населення / О.Самборський, М/Слободянюк : наук. метод. реком. НФаУ. Харків, 2019. – 24 с.</li> <li>8. Слободянюк М.М. Маркетингові підходи до удосконалення управління інноваційним продуктивним портфелем фармацевтичного підприємства / М.М. Слободянюк, О.С.Самборський, Л.М. Гаврищук // Фармацевтичний часопис. – 2019. – № 1 (46). – С. 69– 77.</li> <li>9. Стандарти щодо проведення соціальних та маркетингових досліджень [Електронний ресурс] : [етичний кодекс, стандарти якості, стандарти ESOMAR] / [ген. дир. І. Лилик] // Українська асоціація маркетингу : [сайт всеукраїнської громадської організації]. – Режим доступу: <a href="http://uam.in.ua/ukr/standarts">http://uam.in.ua/ukr/standarts</a>.</li> <li>10.Тіманюк, І. В. CRM-система / І. В. Тіманюк, З. М. Мнушко // Фармацевтична енциклопедія / голова ред. ради та автор передмови В. П. Черних. – 3 – є вид., перероб. і доп. – К. : МОРІОН. – 2016. – С. 1946.</li> <li>11.Федорченко А.В. Основні способи збору електронних адрес клієнтів / А.В. Федорченко, І.В. Пономаренко // Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. – 2019. – № 18. – С. 31–39.</li> </ol>
Актуальні електронні інформаційні ресурси	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бібліотека НФаУ: <a href="http://lib.nuph.edu.ua">http://lib.nuph.edu.ua</a></li> <li>2. Верховна Рада України. Законодавство України: <a href="http://zakon.rada.gov.ua">http://zakon.rada.gov.ua</a></li> <li>3. Міністерство охорони здоров'я України : <a href="http://www.moz.gov.ua">http://www.moz.gov.ua</a></li> <li>4. Державна служба України з лікарських засобів та контролю за наркотиками: <a href="http://www.diklz.gov.ua">http://www.diklz.gov.ua</a></li> </ol>

(журнали, сайти тощо) для поглибленого вивчення освітньої компоненти	5. Державний експертний центр МОЗ України: <a href="http://www.dec.gov.ua">http://www.dec.gov.ua</a> 6. Перший незалежний фармацевтичний бізнес портал: <a href="http://pharma.net.ua">http://pharma.net.ua</a> 7. Щотижневик Аптека <a href="http://www.apteka.ua">http://www.apteka.ua</a> 8. Всесвітня організація охорони здоров'я : <a href="http://www.who.int/ru/">http://www.who.int/ru/</a> 9. Журнал «Соціальна фармація в охороні здоров'я»: <a href="http://www.sphhcj.nuph.edu.ua">http://www.sphhcj.nuph.edu.ua</a>
Система дистанційного навчання Moodle	<a href="https://pharmel.kharkiv.edu/moodle/course/view.php?id=5236">https://pharmel.kharkiv.edu/moodle/course/view.php?id=5236</a>

### 18. Технічне й програмне забезпечення освітньої компоненти:

Матеріально-технічне забезпечення бази виробничої практики.

Комп'ютери персональні, ноутбуки, проектори мультимедіа, фліпчарт, доступ до мережі Інтернет, програмне забезпечення Microsoft Windows, Microsoft Office, програма для організації відеоконференцій ZOOM (тип ліцензії – free license for education на 1 рік з можливістю подовження), модульне об'єктно-орієнтоване динамічне навчальне середовище MOODLE 3.9.8 (тип ліцензії – Open Source).