



КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ з ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

для 5 курсу

спеціальності 226 Фармація, промислова фармація

спеціалізації _____ ТПКЗм20(4,10д)-01,02

(осінній семестр, 2024-2025 н.р.)

№ з/п	Дата	Тема лекції	Обсяг у год.	Лектор
МОДУЛЬ 1. МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦІЇ ТА ПК ГАЛУЗІ				
1	05.09.2024	Товар у системі маркетингу. Асортиментна, товарна та інноваційна політика фармацевтичних та ПК підприємств	2	Доц. Волкова А.В.
2	12.09.2024	Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та ПК підприємств	2	Доц. Волкова А.В.
3	19.09.2024	Збутова діяльність фармацевтичних та ПК підприємств	2	Доц. Волкова А.В.
4	26.09.2024	Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних та ПК організацій	2	Доц. Волкова А.В.
5	03.10.2024	Реклама у системі фармацевтичного маркетингу	2	Доц. Волкова А.В.
6	10.10.2024	Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій.	2	Доц. Волкова А.В.
7	17.10.2024	«Паблік рилейшнз» як засіб маркетингових комунікацій. Мерчандайзинг в аптечних закладах	2	Доц. Волкова А.В.
8	24.10.2024	Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг у фармації та ПК галузі	2	Доц. Волкова А.В.
Всього:			16	

Примітка: лекція відбувається у четвер о 12.50-14.30 год.
(день тижня) (час проведення)

Завідувачка кафедри
соціальної фармації,
доцент

Аліна ВОЛКОВА



КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ з ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

для 5 курсу

спеціальності 226 Фармація, промислова фармація

спеціалізації _____ групи ТПКЗм20(4,10д)-01,02

(осінній семестр, 2024-2025 н.р.)

№ з/п	Дата (група 01 / група 02	Тема заняття	Обсяг у годинах, вид заняття	Система оцінювання знань, бали	
				min	max
МОДУЛЬ 2. МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦІЇ ТА ПК ГАЛУЗІ					
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4. Товар в системі маркетингу. Асортиментна, товарна, інноваційна політика фармацевтичних підприємств					
1	02.09.24 / 03.09.24	Товар у системі маркетингу. Асортиментна політика фармацевтичних і аптечних підприємств	4 ПЗ	4	7
2	09.09.24 / 10.09.24	Товарна та інноваційна політика фармацевтичних та Пк підприємств	4 ПЗ	4	7
3	16.09.24 / 17.09.24	Контроль засвоєння ЗМ 4	4 ПЗ	6	10
Всього за ЗМ 4:				14	24
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5. Ціна та збутова діяльність у системі фармацевтичного маркетингу					
4	23.09.24 / 24.09.24	Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств	4 ПЗ	4	7
5	30.09.24 / 01.10.24	Збутова діяльність фармацевтичних та ПК підприємств	4 ПЗ	4	7
6	07.10.24 / 08.10.24	Контроль засвоєння ЗМ 5	4 ПЗ	12	18
Всього за ЗМ 5:				20	32
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 6. Система маркетингових комунікацій у фармації. Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.					
7	14.10.24 / 15.10.24	Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних та ПК організацій	4 ПЗ	4	7
8	21.10.24 / 22.10.24	Реклама у системі фармацевтичного маркетингу	4 ПЗ	4	7
9	28.10.24 / 29.10.24	Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій.	4 ПЗ	4	7
10	04.11.24 / 5.11.24	«Паблік рилейшнз» як засіб маркетингових комунікацій. Мерчандайзинг в аптечних закладах	4 ПЗ	4	7
11	11.11.24 / 12.11.24	Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг у фармації та ПК галузі	4 ПЗ	4	7
		Контроль засвоєння ЗМ 6		6	10
Всього за ЗМ 6:				26	44
12	18.11.24 / 19.11.24	Семестровий залік з модуля: «Маркетинг у фармації та ПК галузі»	4 ПЗ		
ВСЬОГО ЗА ВИВЧЕННЯ МОДУЛЯ			48	60	100

Завідувач кафедри
соціальної фармації,
доцент

Аліна ВОЛКОВА