

ПРОГРАМА «ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА З МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ У ФАРМАЦІЇ»

1. Загальна інформація

Заклад вищої освіти	Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя
Інститут	ІНІ природничо-математичних, медико-біологічних наук та інформаційних технологій
Кафедра	хімії та фармації
Мова навчання	українська
Розробник	д.фарм.н., професор Федченкова Ю.А.
Освітня програма	Фармація, промислова фармація
Рівень вищої освіти	другий (магістерський) рівень
Затверджено	Засіданням кафедри хімії та фармації, протокол №1 від 28.08.2024 р.
Обсяг практики	6 кредитів ЄКТС, що відповідає 180 академічним годинам
Статус практики	обов'язкова

2. Анотація

Виробнича практика з менеджменту і маркетингу у фармації для студентів другого (магістерського) рівня передбачена навчальним планом у 9 семестрі. Вона носить професійний характер і проходить відповідно до бази практики (4 тижні).

Ця практика є інтегруючим і стрижневим компонентами особистісно-професійного становлення фахівця та сполучною ланкою між теоретичним навчанням майбутніх фахівців у галузі фармації.

Метою практики є формування в здобувачів вищої фармацевтичної освіти комплексу фахових компетентностей щодо створення цілісної системи успішного управління фармацевтичною організацією, у т.ч. необхідних для провадження ефективної маркетингової діяльності.

Завданнями практики є формування у здобувачів вищої фармацевтичної освіти професійних знань, умінь та уявлень щодо створення цілісної, ефективної та гнучкої системи управління фармацевтичною організацією в умовах постійно змінюваного ринкового середовища; ознайомлення із застосуванням на практиці механізмів управлінського впливу на колектив працівників в умовах ринкових відносин, вивчення комунікаційних процесів; вивчення стратегії та тактики управлінської діяльності та прийняття рішень; оволодіння методиками дослідження фармацевтичного ринку та аналізу ринкових можливостей фармацевтичного підприємства; дослідження продуктової, цінової, збутової та комунікаційної політик фармацевтичних підприємств.

Відповідно до освітньої програми підготовки магістрів, у процесі практичної підготовки студенти мають здобути загальні та фахові компетентності (здатності), а саме:

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК02. Знання та розуміння предметної області; розуміння професійної діяльності.

ЗК03. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК06. Здатність працювати в команді.

ЗК07. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства; усвідомлення цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідності його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК09. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК10. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів не доброчесності.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (ФК):

ФК03. Здатність розв'язувати проблеми фармації у нових або незнайомих середовищах

за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

ФК11. Здатність організовувати діяльність аптечних установ із забезпечення населення, закладів охорони здоров'я лікарськими засобами та іншими товарами аптечного асортименту й впроваджувати в них відповідні системи звітності й обліку, здійснювати товарознавчий аналіз, адміністративне діловодство з урахуванням вимог фармацевтичного законодавства.

ФК12. Здатність аналізувати та прогнозувати основні економічні показники діяльності аптечних закладів, здійснювати розрахунки основних податків та зборів, формувати ціни на лікарські засоби та інші товари аптечного асортименту відповідно до законодавства України.

ФК13. Здатність проводити аналіз соціально-економічних процесів у фармації, форм, методів і функцій системи фармацевтичного забезпечення населення та її складових у світовій практиці, показників потреби, ефективності та доступності фармацевтичної допомоги в умовах медичного страхування та реімбурсації вартості лікарських засобів.

ФК20. Здатність організовувати професійну діяльність відповідно до фармацевтичної етики та деонтології, знань нормативно-правової бази України та рекомендацій належних фармацевтичних практик.

Програмними результатами практики (ПРН) є наступні:

ПРН03. Мати спеціалізовані знання та уміння/навички для розв'язання професійних проблем і задач, у тому числі з метою подальшого розвитку знань та процедур у сфері фармації.

ПРН04. Вільно спілкуватися державною та англійською мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем і результатів діяльності, презентації наукових досліджень та інноваційних проектів.

ПРН05. Оцінювати та забезпечувати якість та ефективність діяльності у сфері фармації.

ПРН06. Розробляти і приймати ефективні рішення з розв'язання складних/комплексних задач фармації особисто та за результатами спільного обговорення; формулювати цілі власної діяльності та діяльності колективу з урахуванням суспільних і виробничих інтересів, загальної стратегії та наявних обмежень, визначати оптимальні шляхи досягнення цілей.

ПРН08. Розробляти і реалізовувати інноваційні проекти у сфері фармації, а також дотичні міждисциплінарні проекти з урахуванням технічних, соціальних, економічних, етичних, правових та екологічних аспектів.

ПРН09. Формулювати, аргументувати, зрозуміло і конкретно доносити до фахівців і нефакхівців, у тому числі до здобувачів вищої освіти інформацію, що базується на власних знаннях та професійному досвіді, основних тенденціях розвитку світової фармації та дотичних галузей.

ПРН16. Реалізовувати відповідні організаційно-управлінські заходи щодо забезпечення населення і закладів охорони здоров'я лікарськими засобами та іншими товарами аптечного асортименту; здійснювати усі види звітності та обліку в аптечних установах, адміністративне діловодство і товарознавчий аналіз.

ПРН17. Розраховувати основні економічні показники діяльності аптечних установ, а також податки та збори. Формувати усі види цін (закупівельні, оптово-відпускні та роздрібні) на лікарські засоби та інші товари аптечного асортименту.

ПРН18. Використовувати дані аналізу соціально-економічних процесів у суспільстві для фармацевтичного забезпечення населення, визначати ефективність та доступність фармацевтичної допомоги в умовах медичного страхування та реімбурсації вартості лікарських засобів.

3. Місце практики у структурно-логічній схемі підготовки фахівців

Перелік дисциплін, які вивчаються раніше (*пререквізити*): ОК7 Фармацевтична ботаніка, ОК10 Вища математика і статистика, ОК11 Інформаційні технології у фармації,

ОК19 Вступ у фармацію, ОК20 Етика і деонтологія у фармації, ОК21 Фармацевтичне право та законодавство, ОК22 Фармакологія, ОК23 Фармакоекономіка, ОК24 Фармакогнозія, ОК25 Фармацевтичне та медичне товарознавство, ОК27 Технологія ліків, ОК29 Організація та економіка фармації, ОК32 Клінічна фармація та фармацевтична опіка, ОК33 Фармацевтичний менеджмент та маркетинг

Постреквізити: ОК34 Біофармація, ОК36 Технологія лікарських косметичних засобів, ОК41 Виробнича практика з аптечної технології ліків, ОК42 Виробнича практика з організації та економіки фармації, ОК44 Виробнича практика з фармацевтичної хімії, ОК45 Виробнича практика з промислової технології ліків, ОК46 Магістерське дослідження.

5. Зміст «ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ З МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ У ФАРМАЦІЇ»

Тема №1. Ознайомлення з аптечним закладом як організацією. Аналіз функцій і методів менеджменту та стилю керівництва в управлінні аптечним закладом. Аптека як об'єкт управління. Назва аптеки та юридична адреса фармацевтичного підприємства-засновника. Місцерозташування аптечного закладу та режим роботи (в т.ч. тривалість змін). Організаційно-правова форма та види діяльності аптеки. Характеристика внутрішнього середовища аптеки. Чинники зовнішнього середовища аптеки прямого впливу. Загальні функції менеджменту та їх практичне використання в управлінні аптечним закладом. Місія та цілі аптечного закладу (коротко-, середньо- та довгострокові). Оцінка та аналіз чинників зовнішнього середовища прямого впливу. Оцінка та аналіз чинників внутрішнього середовища. Формування варіантів стратегій за стадіями життєвого циклу аптечного закладу, за напрямками його можливого розвитку, за характеристиками господарськофінансової діяльності, за термінами реалізації. Оцінка стилю керівництва аптечним закладом. Застосування економічних, адміністративних, соціальнопсихологічних та правових методів в управлінні аптечним закладом.

Тема №2. Аналіз комунікаційних процесів аптечного закладу. Організація роботи з кадрами. Характеристика видів комунікацій між структурними підрозділами, із зовнішнім середовищем (постачальниками, споживачами, фінансовими установами, державними органами влади). Використання інформації в управлінні аптечним закладом. Організація діловодства в аптечному закладі. Порядок прийому на роботу і звільнення з роботи, ведення особових справ, оформлення трудових книжок, наказів, характеристик. Аналіз ротації та плинності кадрів, їх причини. Характеристика кваліфікації працівників, підвищення кваліфікації.

Тема №3. Вивчення діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку. Дослідження продуктової політики аптечного закладу. Цінова політика аптечного закладу. Вивчення збутової політики аптечного закладу. Характеристика фармацевтичного ринку та його функцій. Суб'єкти та об'єкт фармацевтичного ринку. Дослідження постачальників та конкурентів аптечного закладу як суб'єктів ринкової діяльності. Аналіз асортименту аптечного закладу (ширина, глибина, насиченість, гармонійність, структура, новизна). Асортиментні групи, на яких спеціалізується аптека. Позиціонування ЛЗ за споживчими перевагами. Дослідження конкурентоспроможності ЛЗ. Чинники ціноутворення на лікарські засоби. Аналіз ціноутворення в аптечному закладі. Дослідження цінової кон'юнктури фармацевтичного ринку. Визначення доступності лікарських засобів. Варіанти структур каналів розподілу (методів збуту) лікарських засобів. Довжина і ширина традиційних каналів розподілу лікарських засобів. Торгові посередники, з якими співпрацює аптечний заклад.

Тема №4. Комунікаційна політика аптечного закладу. Характеристика зовнішніх переваг аптеки. Система маркетингових комунікацій аптечного закладу. Чинники, які визначають структуру системи маркетингових комунікацій. Реклама лікарських засобів. „Паблік рилейшнз“ аптечного закладу, персональний продаж і стимулювання збуту

лікарських засобів. Мерчандайзинг в аптеках. Дослідження зовнішніх переваг аптеки (місця розташування, цінової політики, повноти асортименту лікарських засобів, використання принципів фармацевтичної етики, швидкість та якість обслуговування).

5. Підсумки практики

Оцінювання результатів практики здійснюється керівниками практики від фахової кафедри та керівником бази практики. В основі оцінювання лежить рівень сформованості практичних навичок; оформлення щоденника практики та усний захист результатів практики.

№ з/п	Перелік практичних навичок, що оцінюються	Кількість балів від керівника бази практики	Кількість балів керівника від кафедри
1	Характеризувати внутрішнє середовище аптеки	1-4 б.	1-4 б.
2	Використання загальних функцій менеджменту в управлінні аптечним закладом	1-4 б.	1-4 б.
3	Аналіз чинників зовнішнього середовища прямого впливу	1-4 б.	1-4 б.
4	Аналіз чинників внутрішнього середовища	1-4 б.	1-4 б.
5	Застосовування основних принципів використання інформації в управлінні аптечним закладом	1-4 б.	1-4 б.
6	Організація діловодства в аптечному закладі	1-4 б.	1-4 б.
7	Аналіз ротації та плинності кадрів, їх причини	1-4 б.	1-4 б.
8	Дослідження постачальників та конкурентів аптечного закладу як суб'єктів ринкової діяльності	1-4 б.	1-4 б.
9	Аналіз асортименту аптечного закладу (ширина, глибина, насиченість, гармонійність, структура, новизна)	1-4 б.	1-4 б.
10	Аналіз ціноутворення в аптечному закладі	1-4 б.	1-4 б.
11	Визначити варіанти структур каналів розподілу (методів збуту) лікарських засобів		
12	Рекламувати лікарські засоби. „Паблік рилейшнз“ аптечного закладу, персональний продаж і стимулювання збуту лікарських засобів	1-4 б.	1-4 б.
13	Здійснювати мерчандайзинг в аптеках	1-4 б.	1-4 б.
14	Визначати зовнішні переваги аптеки	1-4 б.	1-4 б.
Організаційні вміння та навички		1-4 б.	-
Оформлення щоденника практики		-	1-6 б.
Захист результатів практики		-	1-6 б.
Разом		60 б.	40 б.
Всього		100 б.	

Кількість балів, що одержує студент за сформовані практичні навички, розподіляються відповідно до рівня сформованості.

Рівень сформованості практичних навичок	Кількість балів від керівника бази практики	Кількість балів керівника від кафедри
Студент вільно демонструє сформовані навички та вміння, приймає активну участь в обговоренні виробничих ситуацій, впевнено демонструє практичні навички, у тому числі у модельних ситуаціях, грамотно інтерпретує виробничі ситуації, висловлює свою думку та демонструє фармацевтичне мислення.	4	4

Студент добре демонструє сформовані навички та вміння, приймає активну участь в обговоренні виробничих ситуацій, демонструє практичні навички, інтерпретує виробничі ситуації, висловлює свою думку з фахової точки зору.	3	3
Студент недостатньо демонструє сформовані навички та вміння, в обговоренні виробничих ситуацій не виявляє критичного мислення, недостатньо впевнено демонструє практичні навички з урахуванням особливостей виробничої ситуації. Не може самостійно здійснити фахове вирішення виробничої ситуації. Складові виробничої ситуації інтерпретує з помилками.	2	2
Студент демонструє на низькому рівні сформовані навички та вміння, потребує консультативної допомоги. Складові виробничої ситуації інтерпретує з суттєвими помилками.	1	

Формою підсумкового оцінювання практики є диференційований залік.

6. Методичне забезпечення

Наскрізна програма практики, Робоча програма практики, інформаційне забезпечення.

7. Рекомендовані джерела інформації

Основна література

1. Основи менеджменту і маркетингу у фармації: Навч.-метод. посіб. для вищих мед. (фарм.) закладів / уклад. Н.М. Косяченко, В.П. Горкуша та ін. – К., 2018. – 49 с.
2. Менеджмент і маркетинг у фармації. Навчально-метод. посіб. / уклад. О.Г. Чирва, О.В. Гарматюк; МОН України, УДПУ. – Умань: Візаві, 2018. – 217 с.
3. Практикум з маркетингу. Навч. посіб. / уклад А.Я. Агєєв. 2018. с.496.
4. Ціноутворення: збірник тестових та розрахункових завдань навчальний посібник Рекомендовано МОН України / уклад. Є.Я.Агєєв, Т.В. Шахматова -2018. с.288.
5. Менеджмент у фармації. Модуль 1. Навчально-метод. посіб. / В.О. Демченко, Н.О. Ткаченко, Н.М. Червоненко, Т.П. Зарічна ; за ред.. Є Г. Книша. – Запоріжжя : ЗДМУ, 2017. – 194 с.
6. Pharmaceutical Law and Legislation : the textbook for applicants for higher education / A.A. Kotvitskaya, I.V. Kubarieva, A.V. Volkova et al. Kharkiv : NUPh : Golden Pages, 2019. 204 p.

Додаткова література:

1. Фармацевтичний менеджмент. Практикум / уклад. Л.М. Унгурян, І.Б. Петкова та ін.; ОНМедУ- Одеса, 2019, 100 с.
2. Фармацевтичний маркетинг. Практикум / уклад. Л.М. Унгурян, І.Б. Петкова та ін.; ОНМедУ- Одеса, 2019, 120 с.
3. Ціноутворення: теорія та практикум. Навчальний посіб. / Є.Я. Агєєв, Т.В.Шахматова. 2018. 376 с.
4. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник рекомендовано МОН України. / уклад. І.Л.Литовченко. 2017. 184 с.
5. Інтернет у маркетингу. Підручник затверджений МОН України/уклад. І.В.Бойчук -2010. 220с.
6. Методы стимулирования продаж в торговле. Навчальний посібник / уклад. М.Л. Смагильчук. 2018. 300 с.
7. Аудит. Навч. посібник. Рекомендовано МОН України / Суха О.Р. 2018.-284 с.
8. Інформаційний менеджмент. Навч. посібник. Рекомендовано МОН України /Кобилін А. М., Самородов Б. В. 2018. 216 с.
9. Конфліктологія та теорія переговорів Навчальний посібник рекомендовано МОН України / Яхно Т.П. 2018. 168 с.

Інформаційні ресурси

1. Законодавство України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws>
2. Нормативно-директивні документи МОЗ України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://mozdocs.kiev.ua>
3. Міністерство охорони здоров'я України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.moz.gov.ua>
4. Державний формуляр лікарських засобів. Випуск дванадцятий. / МОЗ України, 2020. – Інтернет ресурс - <http://www.moz.gov.ua/ua/portal/>
5. Державний реєстр лікарських засобів України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.drlz.com.ua/ibp/ddsite.nsf/all/shlist?opendocument>.
6. Compendium online. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://compendium.com.ua/bad/>.
7. Газета «Аптека» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.apteka.ua/>.
8. Пошукова база ліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tabletki.ua/uk/>.
9. Пошукова база ліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://likicontrol.com.ua/>.
10. Пошукова база Medscape [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Medscape <https://www.medscape.com/pharmacists>.
11. Регуляторна база НТА України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hta.ua>
12. FDA [E-resource]. - Access:<https://www.fda.gov>
13. WHO [E-resource]. - Access:<https://www.who.int>

Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя

Кафедра хімії та фармації

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА З МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ У ФАРМАЦІЇ

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА

З МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ У ФАРМАЦІЇ

студента(ки) ____ курсу, ____ групи,

(ПІБ студента (ки))

Спеціальність _____

Освітній рівень _____

Освітня
програма _____

База практики

Адреса, телефон

Керівник від кафедри хімії та фармації

Керівник від бази практики

Термін проходження практики

Студент(ка) _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

Прибув(ла) на підприємство, організацію, установу

Печатка
підприємства, організації, установи " ____ " _____ 20__ року

(підпис) _____
(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Вибув(ла) з підприємства, організації, установи

Печатка
підприємства, організації, установи " ____ " _____ 20__
року

(підпис) _____
(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

**Розподіл робочого часу
на проходження виробничої практики**

Назва змістових модулів і тем	Обсяг у годинах
Тема 1. Ознайомлення організацією, з аптечним закладом. Аналіз функцій і методів менеджменту та стилю керівництва в управлінні аптечним закладом.	40
Тема 2. Аналіз комунікаційних процесів аптечного закладу. Організація роботи з кадрами.	50
Тема 3. Вивчення діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку. Дослідження продуктової політики аптечного закладу. Цінова політика аптечного закладу. Вивчення збутової політики аптечного закладу.	50
Тема 4. Комунікаційна політика аптечного закладу.	40
Всього годин	180

Тема 1. ОЗНАЙОМЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ, З АПТЕЧНИМ ЗАКЛАДОМ. АНАЛІЗ ФУНКЦІЙ І МЕТОДІВ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА СТИЛЮ КЕРІВНИЦТВА В УПРАВЛІННІ АПТЕЧНИМ ЗАКЛАДОМ

1. Аптека як об'єкт управління. Назва аптеки та юридична адреса фармацевтичного підприємства-засновника. Місцерозташування аптечного закладу та режим роботи (в т.ч. тривалість змін).

2. Організаційно-правова форма та види діяльності аптеки.

- організаційно-правова форма аптечного закладу:

- характеристика внутрішнього середовища аптеки:

- чинники зовнішнього середовища аптеки прямого впливу:

3. Загальні функції менеджменту та їх практичне використання в управлінні аптечним закладом. Місія та цілі аптечного закладу (коротко-, середньо- та довгострокові).

- **Оцінка та аналіз чинників зовнішнього середовища прямого впливу.**

- **Оцінка та аналіз чинників внутрішнього середовища.**

4. Формування варіантів стратегій:

- **за стадіями життєвого циклу аптечного закладу:**

- **за напрямками його можливого розвитку**

- **за характеристиками господарськофінансової діяльності**

- **за термінами реалізації**

5. Оцінка стилю керівництва аптечним закладом. Застосування економічних, адміністративних, соціальнопсихологічних та правових методів в управлінні аптечним закладом.

Тема 2. АНАЛІЗ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ АПТЕЧНОГО ЗАКЛАДУ. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ З КАДРАМИ

1. Характеристика видів комунікацій між структурними підрозділами, із зовнішнім середовищем (постачальниками, споживачами, фінансовими установами, державними органами влади).

2. Використання інформації в управлінні аптечним закладом.

3. Організація діловодства в аптечному закладі.

- **Порядок прийому на роботу і звільнення з роботи, ведення особових справ, оформлення трудових книжок, наказів, характеристик.**

- **Аналіз ротації та плинності кадрів, їх причини.**

4. Характеристика кваліфікації працівників, підвищення кваліфікації

**Тема 3. ВИВЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ
ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ.
ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОДУКТОВОЇ ПОЛІТИКИ АПТЕЧНОГО ЗАКЛАДУ.
ЦІНОВА ПОЛІТИКА АПТЕЧНОГО ЗАКЛАДУ.
ВИВЧЕННЯ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ АПТЕЧНОГО ЗАКЛАДУ**

1. Характеристика фармацевтичного ринку та його функцій. Суб'єкти та об'єкт фармацевтичного ринку. Дослідження постачальників та конкурентів аптечного закладу як суб'єктів ринкової діяльності.

2. Аналіз асортименту аптечного закладу (ширина, глибина, насиченість, гармонійність, структура, новизна). Асортиментні групи, на яких спеціалізується аптека.

3. Позиціонування ЛЗ за споживчими перевагами. Дослідження конкурентоспроможності ЛЗ.

4. Чинники ціноутворення на лікарські засоби. Аналіз ціноутворення в аптечному закладі. Дослідження цінової кон'юнктури фармацевтичного ринку.

5. Визначення доступності лікарських засобів. Варіанти структур каналів розподілу (методів збуту) лікарських засобів. Довжина і ширина традиційних каналів розподілу лікарських засобів.

6. Торгові посередники, з якими співпрацює аптечний заклад.

Тема 4. КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА АПТЕЧНОГО ЗАКЛАДУ. ХАРАКТЕРИСТИКА ЗОВНІШНІХ ПЕРЕВАГ АПТЕКИ

1. Система маркетингових комунікацій аптечного закладу.

- **Чинники, які визначають структуру системи маркетингових комунікацій.**

- **Реклама лікарських засобів.**

- **«Паблік рилейшнз» аптечного закладу, персональний продаж і стимулювання збуту лікарських засобів.**

2. Мерчандайзинг в аптеках.

3. Дослідження зовнішніх переваг аптеки:

- **місця розташування**

- **цінової політики**

- **повноти асортименту лікарських засобів**

- **використання принципів фармацевтичної етики**

- **швидкість та якість обслуговування**

Для записів

Зразки документів

ПЕРЕЛІК ТЕОРЕТИЧНИХ ЗНАНЬ,

ЯКІ СТУДЕНТ ЗАКРІПЛЮЄ ПІД ЧАС ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

1. Типи управління. Сутність менеджменту.
2. Завдання і функції менеджменту. Рівні управління.
3. Внутрішні і зовнішні перемінні організації.
4. Вплив зовнішніх перемінних на функціонування аптечного підприємства.
5. Функціональні обов'язки працівників аптечних підприємств.
6. Системи методів управління у фармації.
7. Основи стратегічного планування фармацевтичних підприємств.
8. Методи мотивації в роботі персоналу.
9. Основи стратегічного планування фармацевтичних підприємств.
10. Організаційний процес фармацевтичних підприємств.
11. Порядок ведення діловодства. Порядок збереження документів.
12. Технічні засоби управління аптечною службою
13. Організацію підприємництва в Україні. Форми підприємництва.
14. Особливості підприємницької діяльності в фармації.
15. Рівні управління. Систему управління трудовими ресурсами.
16. Причини конфлікту в організації. Причини утворення формальних і неформальних груп.
17. Типи влади і впливу.
18. Основні трудові права і обов'язки працівників.
19. Структуру колективного і трудового договору.
20. Робочий час і час відпочинку працівників.
21. Охорону праці. Особливості праці жінок і молоді.
22. Класифікацію фармацевтичних товарів.
23. Асортиментну політику фармацевтичного підприємства.
24. Тактику дії маркетолога на різних етап життєвого циклу лікарського засобу.
25. Цілі ціноутворення та фактори, що на них впливають .
26. Тактику дії маркетолога при визначенні цінової політики фармацевтичної фірми.
27. Класифікацію цінових стратегій фармацевтичних фірм.
28. Базові моделі методів ціноутворення та методи, які до них відносяться. Причини залучення посередників у процесі організації збутової політики підприємства.
29. Традиційні канали розподілу та маркетингові системи. Стратегії розподілу лікарських засобів.
30. Правила логістики. Логістичний цикл збуту товару. Основні функції збутової логістики.
31. Характеристики елементів системи маркетингових комунікацій та фактори, що визначають їх структуру.
32. Планування рекламної діяльності. Засоби розповсюдження реклами. Структуру рекламного звернення.
33. Особливості стимулювання збуту.

34. Сутність «паблік рілейшнз». Персональний продаж у комунікативному процесі.
35. Стратегічне планування підприємства.
36. Розділи плану маркетингу. Організаційну структуру маркетингової діяльності.

Перелік рекомендованих джерел літератури

Основна література

1. Основи менеджменту і маркетингу у фармації: Навч.-метод. посіб. для вищих мед. (фарм.) закладів / уклад. Н.М. Косяченко, В.П. Горкуша та ін. – К., 2018. – 49 с.
2. Менеджмент і маркетинг у фармації. Навчально-метод. посіб. / уклад. О.Г. Чирва, О.В. Гарматюк; МОН України, УДПУ. – Умань: Візаві, 2018. – 217 с.
3. Практикум з маркетингу. Навч. посіб. / уклад А.Я. Агєєв. 2018. с.496.
4. Ціноутворення: збірник тестових та розрахункових завдань навчальний посібник Рекомендовано МОН України / уклад. Є.Я.Агєєв, Т.В. Шахматова -2018. с.288.
5. Менеджмент у фармації. Модуль 1. Навчально-метод. посіб. / В.О. Демченко, Н.О. Ткаченко, Н.М. Червоненко, Т.П. Зарічна ; за ред.. Є Г. Книша. – Запоріжжя : ЗДМУ, 2017. – 194 с.
6. Pharmaceutical Law and Legislation : the textbook for applicants for higher education / A.A. Kotvitskaya, I.V. Kubarieva, A.V. Volkova et al. Kharkiv : NUPh : Golden Pages, 2019. 204 p.

Додаткова література:

1. Фармацевтичний менеджмент. Практикум / уклад. Л.М. Унгурян, І.Б. Петкова та ін.; ОНМедУ- Одеса, 2019, 100 с.
2. Фармацевтичний маркетинг. Практикум / уклад. Л.М. Унгурян, І.Б. Петкова та ін.; ОНМедУ- Одеса, 2019, 120 с.
3. Ціноутворення: теорія та практикум. Навчальний посіб. / Є.Я. Агєєв, Т.В.Шахматова. 2018. 376 с.
4. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник рекомендовано МОН України. / уклад. І.Л.Литовченко. 2017. 184 с.
5. Інтернет у маркетингу. Підручник затверджений МОН України/уклад. І.В.Бойчук -2010. 220с.
6. Методы стимулирования продаж в торговле. Навчальний посібник / уклад. М.Л. Смагильчук. 2018. 300 с.
7. Аудит. Навч. посібник. Рекомендовано МОН України / Суха О.Р. 2018.-284 с.
8. Інформаційний менеджмент. Навч. посібник. Рекомендовано МОН України /Кобилін А. М., Самородов Б. В. 2018. 216 с.
9. Конфліктологія та теорія переговорів Навчальний посібник рекомендовано МОН України / Яхно Т.П. 2018. 168 с.

Інформаційні ресурси

1. Законодавство України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws>
2. Нормативно-директивні документи МОЗ України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: /[http:// mozdocs.kiev.ua](http://mozdocs.kiev.ua)
3. Міністерство охорони здоров'я України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.moz.gov.ua>
4. Державний формуляр лікарських засобів. Випуск дванадцятий. / МОЗ України, 2020. – /Інтернет ресурс - <http://www.moz.gov.ua/ua/portal/>
5. Державний реєстр лікарських засобів України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.drlz.com.ua/ibp/ddsite.nsf/all/shlist?opendocument>.

6. Compendium online. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://compendium.com.ua/bad/>.
7. Газета «Аптека» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.apteka.ua/>.
8. Пошукова база ліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tabletki.ua/uk/>.
9. Пошукова база ліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://likicontrol.com.ua/>.
10. Пошукова база Medscape [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Medscape <https://www.medscape.com/pharmacists>.
11. Регуляторна база НТА України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hta.ua>
12. FDA [E-resource]. - Access:<https://www.fda.gov>
13. WHO [E-resource]. - Access:<https://www.who.int>

Відгук і оцінка роботи студента під час практики

(назва підприємства, організації, установи)

This image shows a full page of white paper with horizontal blue ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a template for handwriting practice or general writing. There are no margins, text, or other markings on the page.

Керівник практики від підприємства, організації, установи

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Печатка

" " 20__ року

[illegible][illegible]

Оцінка:
за національною шкалою _____
(словами)
кількість балів _____
(цифрами і словами)

 (підпис)

 (прізвище та ініціали)

Міністерство освіти і науки України
Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя

П І Д С У М К И
ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ
З МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ У ФАРМАЦІЇ

Студент(ка) _____
 (прізвище, ім'я, по батькові)

денної форми навчання _____

_____ (назва факультету /інституту)
 групи _____ спеціальності _____

проходив(ла) практику в _____

_____ (повна назва бази практики)
 з _____ по _____ 20 _____ р.

Керівники практики:

Керівник бази практики _____

Керівник практики від кафедри _____

Відповідальний за загальну організацію практики _____

1. Оцінювання виконання завдань керівником бази практики:

№ з/п	Перелік практичних навичок, що оцінюються	Одержана кількість балів	Підпис керівника бази практики
1	Ознайомлення з аптечним закладом як організацією. (1 – 4 б.)		
2	Аналіз функцій і методів менеджменту та стилю керівництва в управлінні аптечним закладом. (1 – 4 б.)		
3	Аналіз комунікаційних процесів аптечного закладу. (1 – 4 б.)		
4	Організація роботи з кадрами. (1 – 4 б.)		
5	Вивчення діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку. (1 – 4 б.)		
6	Дослідження продуктової політики аптечного		

	закладу (1 – 4 б.)		
7	Аналіз цінової політики аптечного закладу (1 – 4 б.)		
8	Аналіз комунікаційної політики аптечного закладу . (1 – 4 б.)		
9	Аналіз системи маркетингових комунікацій аптечного закладу (1 – 4 б.)		
10	Аналіз асортименту аптечного закладу (1 – 4 б.)		
11	Дослідження конкурентоспроможності ЛЗ. (1 – 4 б.)		
12	Аналіз ціноутворення в аптечному закладі (1 – 4 б.)		
13	Аналіз мерчандайзингу та реклами лікарських засобів (1 – 4 б.)		
14	Дослідження зовнішніх переваг аптеки: (1 – 4 б.)		
	Організаційні вміння та навички (1 – 4 б.)		
	Разом - 60		

2. Висновок керівника бази практики

" ____ " _____ 20 ____ р.

Керівник бази практики _____ / _____ / М.П.

3. Оцінювання виконання завдань керівником від кафедри:

№ з/п	Перелік практичних навичок, що оцінюються	Одержана кількість балів	Підпис керівника від кафедри
1	Ознайомлення з аптечним закладом як організацією. (1 – 4 б.)		
2	Аналіз функцій і методів менеджменту та стилю керівництва в управлінні аптечним закладом. (1 – 4 б.)		
3	Аналіз комунікаційних процесів аптечного закладу. (1 – 4 б.)		
4	Організація роботи з кадрами. (1 – 4 б.)		
5	Вивчення діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку. (1 – 4 б.)		
6	Дослідження продуктової політики аптечного закладу (1 – 4 б.)		
7	Аналіз цінової політики аптечного закладу (1 – 4 б.)		
8	Аналіз комунікаційної політики аптечного закладу . (1 – 4 б.)		
9	Аналіз системи маркетингових комунікацій аптечного закладу (1 – 4 б.)		
10	Аналіз асортименту аптечного закладу (1 – 4 б.)		
11	Дослідження конкурентоспроможності ЛЗ. (1 – 4 б.)		
12	Аналіз ціноутворення в аптечному закладі (1 – 4 б.)		
13	Аналіз мерчандайзингу та реклами лікарських засобів (1 – 4 б.)		
14	Дослідження зовнішніх переваг аптеки: (1 – 4 б.)		
	Оформлення щоденника практики (1 - 6 б.)		

	Захист результатів практики (1 – 6 б.)		
	Разом - 40		

4. Висновок керівника практики від кафедри

ЗАГАЛЬНА ОЦІНКА ЗА ПРАКТИКУ:

за шкалою університету _____

за національною шкалою _____

" _____ " _____ 20____ р.

Декан факультету/Директор інституту _____ / _____ / М.П.