



Ф А1.1-36-102

КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ З ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

для 5 курсу спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація»

Фм20(4,10 д)

(осінній семестр, 2024-2025 н.р.)

№ з/п	Дата	Тема лекції	Обсяг у год.	Лектор
МОДУЛЬ 2. МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦІЇ				
1	04.09.2024	Збутова діяльність фармацевтичних підприємств	2	проф. Пестун І.В.
2	11.09.2024	Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних організацій. Реклама у системі фармацевтичного маркетингу. Реклама лікарських засобів	2	проф. Пестун І.В.
3	18.09.2024	Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій	2	доц. Жадько С.В.
4	25.09.2024	«Паблік рилейшнз» як засіб маркетингових комунікацій. Мерчандайзинг в аптечних підприємствах.	2	доц. Жадько С.В.
5	02.10.2024	Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг у фармації	2	доц. Малініна Н.Г.
6	09.10.2024	Лекція-конференція	2	проф. Пестун І.В.
7	16.10.2024	Лекція консультація з Модуля 1 і 2.	2	проф. Пестун І.В.
Всього:			14	

Примітка: лекції відбуваються у середу 12⁵⁰ - 14³⁰ год., ауд. вірт.

Завідувач кафедри ММЗЯФ, професор

Володимир МАЛИЙ



Ф А1.1-36-114

**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ
З ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ
для 5 курсу спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація»
Фм20 (4,10д)
(осінній семестр, 2024-2025 н.р.)**

№ з/п	Дата	Тема заняття	Обсяг у годинах, вид заняття	Система оцінювання знань, бали	
				min	max
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4. Маркетингові аспекти ціноутворення фармацевтичних і аптечних підприємств. Збутова діяльність у системі фармацевтичного маркетингу					
1	09.09.2024 13.09.24	Маркетингові аспекти ціноутворення фармацевтичних і аптечних підприємств	4 пз	-	-
2	16.09.2024 20.09.2024	Маркетингові аспекти ціноутворення фармацевтичних і аптечних підприємств Збутова діяльність фармацевтичних підприємств	4 пз	1,8	3
3	23.09.2024 27.09.2024	Збутова діяльність фармацевтичних підприємств	4 пз	1,8	3
		Контроль засвоєння ЗМ 4		14,4	24
Всього за ЗМ 4:				18	30
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5. Система маркетингових комунікацій у фармації.					
4	30.09.2024 04.10.2024	Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних організацій.	4 пз	1,8	3
5	07.10.2024 11.10.2024	Реклама у системі фармацевтичного маркетингу. Реклама лікарських засобів.	4 пз	1,8	3
6	14.10.2024 18.10.2024	Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій.	4 пз	1,8	3
7	21.10.2024 25.10.2024	Презентація ЛЗ.	4 пз	3,6	6
8	27.10.2024 31.10.2024	«Паблік рилейшнз» як засіб маркетингових комунікацій. Мерчандайзинг в аптечних підприємствах.	4 пз	1,8	3
		Контроль засвоєння ЗМ 5		13,2	22
Всього за ЗМ 5:				24	40
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 6. Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг у фармації.					
9	03.11.2024 07.11.2024	Маркетинговий контроль	4пз	1,8	3
10	10.11.2024 14.11.2024	Міжнародний маркетинг	4 пз	1,8	3
		Контроль засвоєння ЗМ 6		14,4	24
Всього за ЗМ 6:				18	30
11	17.11.2024 21.11.2024	Семестровий залік з модуля 2: «Маркетинг у фармації»	2 пз		
ВСЬОГО ЗА ВИВЧЕННЯ МОДУЛЯ 2			42	60	100

Завідувач кафедри ММЗЯФ, професор

Володимир МАЛІЙ