

Силабус навчальної дисципліни «РОЗВИТОК ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ»	
Галузь знань: 07 Управління та адміністрування Спеціальність: 073 Менеджмент Освітня програма: Менеджмент Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський) Курс: 4 Семестр: 7	
Факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Викладач(-і)	ПІБ: Корнієнко Тетяна Олександрівна Посада: доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом E-mail : korniyenko.t@udpu.edu.ua
Лінк на освітній контент дисципліни	https://udpu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy/849
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента.
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	3/90
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (20 год.), практичні (24 год.), самостійна робота (46 год.)
	Заочна форма: лекції (6 год.), практичні (6 год.), самостійна робота (78 год.)
Політика дисципліни	<p>Академічна доброчесність. Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.</p> <p>Відвідування занять. Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і практичні заняття курсу. Пропуски практичних занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його.</p> <p>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти. Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.</p>
Що будемо вивчати?	Сутність і еволюцію розвитку фармацевтичної галузі, суб'єкти фармацевтичного підприємництва та умови їх господарювання, функції, сполучні процеси, керівництво та лідерство в системі функцій менеджменту, трудові відносини за ринкових умов та управління трудовими ресурсами фармацевтичної галузі.
Чому це треба вивчати?	Підготовка висококваліфікованих і конкурентоспроможних на національному та міжнародному ринку праці фахівців, які здатні аналізувати стан та особливості фінансового забезпечення розвитку фармацевтичної галузі держави та оцінювати його наслідки в умовах трансформації сучасних економічних процесів для виокремлення напрямів оптимальної фінансової політики.
Яких результатів можна досягнути?	<p>Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.</p> <p>Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи.</p> <p>Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.</p>
Як можна використати набуті знання та уміння?	<p>Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>Здатність працювати у міжнародному контексті.</p> <p>Здатність визначати перспективи розвитку організації.</p> <p>Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.</p> <p>Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.</p>

Зміст дисципліни	<p>Фармацевтична організація як об'єкту управління. Управління трудовими відносинами фармацевтичної організації. Основи маркетингу у фармації. Маркетингові дослідження фармацевтичного ринку. Маркетингова товарна політика фармацевтичному підприємстві. Цінова політика фармацевтичних підприємств. Маркетингова збутова політика фармацевтичних підприємств. Маркетингова політика комунікацій фармацевтичних підприємств.</p>
Обов'язкові завдання	<p>Планується виконання здобувачами вищої освіти обов'язкових та додаткових декількох видів завдань: підготовці доповідей за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; підготовка до поточного контролю знань, що полягає в опрацюванні контрольних запитань, питань для самодіагностики, самостійному опрацюванні теоретичного матеріалу за зазначеною тематикою; систематизацію вивченого матеріалу з метою підготовки до заліку (перелік міститься в Методичних вказівках для підготовки до семінарських (практичних) занять), а також обов'язкових письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента).</p>
Міждисциплінарні зв'язки	<p>Маркетинг, Менеджмент, Управління якістю, Управління бізнес-процесами</p>
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Менеджмент та маркетинг у фармації: навчально-методичний посібник / уклад. О.Г. Чирва, О. В. Гарматюк; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини – Умань : Візаві, 2018. 217 с. 2. Мельник, Ю. М. Особливості комплексу маркетингу в системі інноваційного розвитку фармацевтичних підприємств. <i>Маркетинг і менеджмент інновацій</i>. 2017. № 4. С. 27-39. 3. Сліпчук В. Л. Професійна підготовка фахівців фармацевтичної галузі в Україні (XX – початок XXI століття): монографія. Київ: Едельвейс, 2017. 520 с.
Поточний контроль	<p>Виконання завдань практичних занять, тестування, ІНДЗ. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</i></p>
Підсумковий контроль	<p>Екзамен. Порядок та організація контроль знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.</p>

Розробник



(Корнієнко Тетяна Олександрівна)