НФаУ

РОБОЧИЙ ЗОШИТ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ З ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

Робочий зошит
виробничої практики з фармацевтичного маркетингу та менеджменту

Курс _____група_____

_____

(прізвище, ім’я, по батькові)

Місце проходження практики _____

_____

(номер аптеки, адреса, телефон)

Час проходження практики: з _____20___ р. по _____20___р.

Керівник аптечного закладу:

_____

(прізвище, ім’я, по батькові)

Керівник виробничої практики від кафедри:

_____

(прізвище, ім’я, по батькові)

Харків
НФаУ
2019

УДК: 615665:050:339.138(075)
З-42

Рекомендовано методичною профільною комісією з економіко-управлінських дисциплін Національного фармацевтичного університету
(протокол №4 від 23 листопада 2017 р.)

Рецензент: Панфілова Г. Л., доктор фарм. наук, проф. каф. ОЕФ НФаУ

З-42 Робочий зошит виробничої практики з фармацевтичного маркетингу та менеджменту / В. В. Малий, І. В. Тіманюк, О. В. Шуванова та ін. — Х. : НФаУ, 2019. — 44 с.

Звіт призначений для студентів, що проходять практику **з** фармацевтичного маркетингу та менеджменту. Створений з метою допомоги студентам при виконанні плану практики.

УДК: 615665:050:339.138(075)

©Колектив авторів 2019
©НФаУ 2019

ЗМІСТ

ВСТУП……... 4

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Практична реалізація теорії менеджменту у фармації…….. 5
Тема 1. Теоретичні основи менеджменту……... 5
Тема 2. Організація фармацевтичної системи як об'єкт управління. Внутрішнє та зовнішнє середовище аптеки …….. 7
Тема 3. Менеджмент та успішне управління. Діяльність керівника …….. 10
Тема 4. Функції управління. Управління процесом прийняття рішень…... 14
Тема 5. Комунікативні процеси в управлінні. Організаційні комунікації в аптеці……... 17
Тема 6. Менеджмент і підприємництво. Підприємницька діяльність у фармації……. 20
Тема 7-8. Управління трудовими ресурсами та персоналом фармацевтичних організацій. Групова динаміка і керівництво. Управління конфліктами, стресами. Трудові відносини за ринкових умов……. 22
Тема 9. Оцінка ефективності діяльності фармацевтичної організації та управління……. 24
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Маркетинг у практичній фармації…… 26
Тема 10-11. Основні положення маркетингу у фармації. Процес управління фармацевтичним маркетингом. Вивчення ринку лікарських засобів……. 26
Тема 12. Маркетингові дослідження та інформатика…… 28
Тема 13-14. Товар у системі маркетингу. Асортиментна політика фармацевтичних і аптечних підприємств. Товарна політика фармацевтичних підприємств…….. 30
Тема 15. Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств……... 33
Тема 16. Збутова діяльність фармацевтичних підприємств. 35
Тема 17-18. Маркетингова політика комунікацій. Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій……... 37
Тема 19. Маркетинговий контроль…….. 40
Тема 20. Міжнародний маркетинг у фармації…… 42
РЕКОМЕНДОВАНІ ПОСИЛАННЯ…….. 43

ВСТУП

Однією з найбільш актуальних проблем в умовах трансформації вітчизняної фармацевтичної галузі є проблема тісного зв'язку теоретичних знань студентів вищих навчальних закладів з навичками практичної роботи на різних підприємствах.

В даний час актуальною є проблема відірваності сучасної системи професійної освіти від безпосереднього виробництва. В більшості підприємств переважає компенсаційна кадрова політика, заснована на підборі працівників, які вже мають певний досвід роботи. Таким чином, проходження студентами практики має велике значення. Одним з видів практики для студентів спеціальності «Фармація» є виробнича практика. Базами проходження практики можуть аптечні заклади та фармацевтичні фірми різних форм господарювання.

Виробнича практика – це останній вид практики, який передує виконанню дипломної роботи. Саме в цей період студенту надається можливість накопичити практичний досвід, необхідний для вирішення більшості управлінських та маркетингових проблем підприємства. Під час проходження практики студент знайомиться з галузевими особливостями, специфічними для конкретного підприємства, вивчає виробничу, управлінську, кадрову та маркетингову підсистеми.

Будучи важливою складовою частиною навчально-підготовчого процесу, практика організовується і проводиться на основі затвердженої програми, в якій визначено перелік розглянутих питань необхідних для виконання завдань.

Програма з виробничої практики з дисципліни «Менеджмент та маркетинг у фармації» передбачає один модуль «Менеджмент у фармації. Маркетинг як інтегративна функція менеджменту», який у свою чергу поділено на два змістових модулі:

Змістові модулі:

1. Практична реалізація теорії менеджменту у фармації.
2. Маркетинг у практичній фармації.

Підсумковий контроль за національною шкалою, який передбачає диференційований залік.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ТЕОРІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ У ФАРМАЦІЇ

Тема 1. Теоретичні основи менеджменту _____
дата

Досьє фармацевтичного підприємства (бази практики)

Складіть досьє бази практики та доповніть копіями документів (ліцензії, функціонально-посадові інструкції тощо).

Повна назва фармацевтичного підприємства (бази практики) _____
_____

Юридична адреса _____
_____
_____
_____

Форма власності _____
_____

Режим роботи аптеки (доповнити планом аптечного закладу) _____
_____

Вид діяльності відповідно ліцензії (доповнити копією ліцензії)
_____
_____

Місце розташування (наявність профільних ЛПУ, шкіл, підприємств, транспортних розв'язок, торгівельних мереж тощо) _____
_____
_____
_____
_____
_____

Спеціалізація аптечного закладу _____
_____

Основний штат аптеки (доповнити копією штатного розкладу) _____
_____
_____
_____
_____

Чи входить аптека до аптечної мережі_____

Якщо так, вкажіть до якої _____

_____

Скільки аптек налічує аптечна мережа _____

Наведіть назву посади, яка відповідає інституціональному рівню управління у аптеці – базі практики згідно штатному розкладу _____

Які функції виконує в аптеці працівник інституційного рівня_____
_____
_____
_____
_____
_____

Якими якостями повинен володіти керівник інституційного рівня_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Перелік копій документів до розділу: штатний розклад аптеки, посадова інструкція керівника аптечного закладу (за вибором)

Тема 2. Організація фармацевтичної системи як об’єкт управління. Внутрішнє та зовнішнє середовище аптеки _____

дата

Проведіть аналіз та охарактеризуйте внутрішні змінні аптечного закладу. Деталізуйте цілі аптеки з визначенням короткострокових (до одного року), середньострокових (1-5 років) і довгострокових (5-10 років).

Короткострокові цілі організації:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Середньострокові цілі організації:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Довгострокові цілі організації:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Сформулюйте завдання аптеки, основні технології, що використовуються, та вимоги до кадрового складу. Наведіть практичний приклад впливу зміни одного чинника на інші.

Завдання аптеки:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Технології, що використовуються в практичній діяльності аптеки:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Вимоги до _____
(посада)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

Приклад взаємовпливу чинників _____

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Проаналізуйте вплив наступних факторів зовнішнього середовища безпосереднього впливу на діяльність аптеки – бази практики

Охарактеризуйте конкурентну ситуацію у місці розташування аптеки (кількість аптек поблизу, їх віддаленість від аптеки – бази практики), та її вплив на діяльність аптеки _____
_____
_____
_____
_____

_____

_____

Наведіть перелік постачальників, з якими працює аптека

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____

Наведіть приклади декількох нормативно-правових актів, які використовує аптека у своїй діяльності (Постанови КМУ, Накази МОЗ, Накази Держлікслужби тощо)

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Тема 3. Менеджмент та успішне управління. Діяльність керівника _____

дата

Проаналізуйте структуру функціонально-посадової інструкції провізора аптеки (або іншу на Ваш вибір) та розробіть перелік критеріїв, вимог та умінь, якими повинен володіти фахівець, що претендує на цю посаду. Доповніть копією функціонально-посадової інструкції.

Посада _____

(з функціонально-посадової інструкції)

Критерії:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Вимоги:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Вміння:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

На основі власних спостережень та спілкування зі співробітниками аптеки визначить стиль управління керівника організації.

Опишіть результати спостереження та обґрунтуйте висновки_____

Проведіть аналіз ефективності робочого часу завідувача аптеки. Надайте погодинний розклад та запропонуйте заходи щодо підвищення ефективності використання ним робочого часу, заповніть таблицю.

Таблиця 1

Розклад робочого часу завідуючого аптекою

Години	***Заходи***
8 ^{00}	
9 ^{00}	
10 ^{00}	
11 ^{00}	
12 ^{00}	
13 ^{00}	
14 ^{00}	
15 ^{00}	
16 ^{00}	
17 ^{00}	
18 ^{00}	
19 ^{00}	
20 ^{00}	

Запропоновані заходи з підвищення ефективності використання робочого часу _____

Перелік копій документів до розділу: посадова інструкція провізора (або інша, за вибором)

Тема 4. Функції управління.

Управління процесом прийняття рішень _____
дата

Наведіть місію фармацевтичної організації (аптеки) _____
_____
_____
_____

На прикладі аптеки — бази практики схематично надайте організаційну структуру та визначте її тип

Висновки _____
_____
_____
_____
_____

Визначте пріоритетні стимули в забезпеченні ефективної роботи персоналу бази практики, та запропонуйте власні види мотивації.

Матеріальні підкріплення

Існуючі	***Запропоновані***
1. _____	1. _____
2. _____	2. _____
3. _____	3. _____
4. _____	4. _____
5. _____	5. _____

Нематеріальні підкріплення

Існуючі	***Запропоновані***
1. _____	1. _____
2. _____	2. _____
3. _____	3. _____
4. _____	4. _____
5. _____	5. _____

Інші види мотивацій, які можуть бути застосовані на базі практики ___
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Проведіть аналіз повноважень завідуючого аптеки, які він може делегувати своїм підлеглим; визначте, як зросте продуктивність використання робочого часу з урахуванням делегування.

Функції, що можуть бути делеговані _____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Висновки _____
_____
_____

_____
_____

Опишіть процес прийняття управлінського рішення з вибору фірми-постачальника для закупівлі лікарських препаратів аптекою.

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Обґрунтуйте критерії вибору постачальника.

_____
_____
_____
_____
_____
_____

Визначте яким підходом для прийняття рішення вибору постачальника користується керівник аптеки.

_____
_____
_____

Тема 5. Комунікативні процеси в управлінні. Організаційні комунікації в аптеці _____

дата

Складіть схему комунікацій аптеки з постачальником із зазначенням елементів та етапів комунікативного процесу, наведіть приклади документів, що супроводжують дані комунікації.

На прикладі бази практики опишіть сутність інформаційного обміну на рівні:

Зовнішніх комунікацій:

Горизонтальних комунікацій:

Вертикальних комунікацій:

Доповніть копіями документів, що супроводжують відповідний комунікаційний обмін інформацією.

Прийміть участь у підготовці ділової наради, деталізуйте перший етап організації ділової наради. Доповніть відповідь копією протоколу ділової наради.

1. Визначити доцільність проведення наради _____
_____
_____
2. Зазначити склад учасників _____
_____
_____
3. Встановити дату і час наради _____
_____
_____
4. Обрати місце проведення _____
_____
_____
5. Провести підготовку учасників наради (зазначити в чому вона полягає) ___
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Ознайомтеся з документообігом аптеки – бази практики та наведіть приклади документів за основними групами:

Організаційні: _____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Розпорядчі: _____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Довідково-інформаційні: _____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Перелік копій документів до розділу: наказ, протокол зборів, інструкція, розпорядження, службова записка, заява тощо (за вибором)

Тема 6. Менеджмент і підприємництво. Підприємницька діяльність у фармації _____

дата

Визначте до якої форми суб'єктів господарювання належить аптека (ТОВ, ПАТ, ПРАТ, ФЛП тощо) та додайте копію свідоцтва про реєстрацію підприємства або витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань _____
_____

Яка форма власності у підприємства (приватна, державна, колективна тощо)_____
_____

За якою формою сплати податків працює підприємство (загальна форма, єдиний податок (вказати групу) тощо), додати копію свідоцтва платника податків _____
_____
_____

Проаналізуйте та додайте копію ліцензій аптеки – бази практики. Оформіть в журналі перелік документів, які мають подаватися до органу ліцензування з метою отримання даної ліцензії.

Перелік необхідних документів для отримання ліцензії на (на прикладі одного виду діяльності) _____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Запропонуйте нові шляхи розвитку бази-практики та його розширення.

Шляхи розвитку підприємства _____
_____
_____
_____
_____
_____

_____
_____
_____
_____

Наведіть перелік контролюючих органів, які можуть здійснювати перевірку діяльності аптечної установи

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____

Доповніть запропонований перелік рис підприємця, складіть опитувальний лист та проведіть інтерв'ювання членів колективу. Встановіть, чи відповідає керівник статусу «підприємець».

Риси підприємця:

1. Організаційно-господарське новаторство.
2. Готовність та здатність до ризику.
3. Пошук нових можливостей та ініціативність.
4. Орієнтація на ефективність та якість продукції і обслуговування.
5. Майнова відповідальність та цілеспрямованість.
6. Висока інформованість та постійне спостереження.
7. Здатність до жертв в інтересах справи.
8. Чіткість, планомірність у роботі.
9. Здатність переконувати людей, комунікабельність, чесність, надійність.
10. Самовіддача, фанатичне захоплення ділом, працьовитість (підприємець повинен працювати більше, ніж його працівники, уміти витримувати високе навантаження, працювати по 12-16 годин на добу) тощо.

Результати опитування _____
_____
_____
_____
_____
_____

Перелік копій документів до розділу: ліцензія, свідоцтво про реєстрацію або витяг з ЄДР, свідоцтво платника податків (за вибором)

Тема 7-8. Управління трудовими ресурсами та персоналом фармацевтичних організацій. Групова динаміка і керівництво. Управління конфліктами, стресами. Трудові відносини за ринкових умов _____

дата

Проаналізуйте правила прийому і звільнення з роботи та запишіть їх у журналі. Доповніть відповідь копіями особистих справ, карточками Т-2 тощо.

Опишіть процедуру прийому на роботу в аптеці _____

_____

_____

_____

_____

_____

Проведіть аналіз оформлення та ведення трудових книжок на підприємстві. За результатами досліджень проаналізуйте ротацію кадрів підприємства за календарний рік. Визначте причини виявлених ротацій.

Аналіз ротації кадрів _____

_____

_____

_____

_____

Визначте загальні характеристики кваліфікації працівників підприємства та відобразіть у журналі останні заходи з підвищення кваліфікації співробітників.

_____

_____

_____

_____

Складіть резюме претендента на посаду провізора, менеджера з продажу лікарських препаратів (можливі інші посади) у фармацевтичній організації.

Місце для резюме:

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Визначить мотиви плинності кадрів фармацевтичної організації за групами:

Професійно-кваліфікаційні: _____
_____
_____
_____

Організація та умови праці: _____
_____
_____
_____
_____
_____

Рівень задоволення матеріальними благами: _____
_____
_____
_____

Взаємовідносини у колективі: _____

Опишіть процедуру укладання і розірвання трудового договору (чи контракту) у фармацевтичній організації.

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Перелік копій документів до розділу: заява, трудовий договір, контракт, наказ, трудова книжка, особиста справа, карточка Т-2 (за вибором)

Тема 9. Оцінка ефективності діяльності фармацевтичної організації та управління _____

дата

Складіть фірмове досьє аптечного підприємства за місцем практики за наведеною схемою:

Обсяги продажу фармацевтичної продукції за 3 роки: _____
_____
_____

Рентабельність аптечного підприємства за останні 3 роки (%): _____
_____
_____

Загальні витрати в сумі і в процентах: _____
_____
_____

Основні кошти: _____
_____
_____

Обігові кошти: _____
_____
_____

Фонд оплати праці: _____
_____
_____

Виробничі характеристики аптечного підприємства: _____
_____
_____

Проведіть оцінку коефіцієнта оборотності товарних запасів та період оборотності підприємства (бази практики).

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Розрахуйте показник прибутковості підприємства (рівень рентабельності).

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Висновки щодо ефективності діяльності фармацевтичної організації___

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2
МАРКЕТИНГ У ПРАКТИЧНІЙ ФАРМАЦІЇ

Тема 10-11. Основні положення маркетингу у фармації. Процес управління фармацевтичним маркетингом. Вивчення ринку лікарських засобів_____
дата

Проаналізуйте зовнішнє середовище підприємства та встановіть основні суб'єкти маркетингу, з якими взаємодіє фармацевтична організація.

Таблиця 2

Суб'єкти фармацевтичного маркетингу

Виробники	**Оптові посередники (постачальники)**	**Роздрібні посередники (аптеки-конкуренти)**	**Організації-споживачі**	**Кінцеві споживачі**

Проведіть комплексне дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища аптечного підприємства з використанням SWOT-аналізу. Отримані дані занесіть в таблицю.

Таблиця 3

SWOT-аналіз аптечного закладу (бази практики)

	STRENGTHS (сильні сторони)	**WEAKNESS (слабкі сторони)**
ВНУТРІШНІ		

ЗОВНІШНІ	**OPPORTUNITIES (можливості)**	**TREATS (загрози)**

Тема 12. Маркетингові дослідження та інформація

Розробіть анкету для опитування споживачів, що відвідують Вашу аптеку, з метою визначення споживчих переваг щодо вибору та придбання лікарських препаратів фармакотерапевтичної групи, обраної вами самостійно. Проведіть опитування споживачів (не менше 20 анкет), узагальніть отримані дані та зробіть висновки.

Місце для анкети

Наведіть узагальнені результати опитування

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Висновки_____
_____
_____
_____
_____
_____

Тема 13-14. Товар у системі маркетингу. Асортиментна політика фармацевтичних і аптечних підприємств. Товарна політика фармацевтичних підприємств _____

дата

Проведіть дослідження асортименту лікарських препаратів на прикладі фармакотерапевтичної групи (на Ваш вибір). Розрахуйте частку препаратів за обсягами продажів в аптеці. Результати оформіть в таблицю 9.

Таблиця 4

Дослідження асортименту _____ препаратів

Торгівельна назва	МНН	Виробник	Форма випуску	Ціна, грн.	Товарні запаси, уп.	Обсяг реалізації за 1 міс., уп.

Висновки_____

_____

_____

Проведіть аналіз асортиментної політики аптечного підприємства за такими характеристиками, як наявність загальної кількості асортиментних груп (ширина асортименту); наявність препаратів-аналогів в існуючих групах (глибина асортименту); співставність (за обраною групою).

Ширина асортименту_____

_____

_____

_____

_____

_____
_____
_____
_____
_____

Глибина асортименту_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Співставність_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Насиченість _____
_____
_____
_____
_____

Складіть за наведеною схемою товарне досьє для будь-якого лікарського препарату, який має споживчі переваги.

Товарне досьє ЛП

Назва лікарського препарату _____
_____

Лікарська форма, дозування, кількість в упаковці_____
_____

Фірма-виробник _____
_____

Фармакотерапевтична група, до якої належить препарат _____
_____

Препарати-аналоги та їх характеристика _____
_____
_____

_____
_____

Переваги та недоліки лікарського препарату порівняно з аналогами
_____
_____
_____

Ціна на лікарський препарат, її коливання протягом останнього року
_____
_____
_____

Обсяги продажу лікарського препарату за останній рік
_____
_____
_____

Стан попиту на лікарський препарат. Вид цінової еластичності попиту
_____
_____
_____
_____
_____

Проранжувати ключові фактори ринкового успіху для лікарського препарату, що аналізується________
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Тема 15. Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств _____

дата

Оберіть з асортименту аптеки 10 торгових найменувань ЛЗ, на які встановлено граничний рівень торгової надбавки. За повніть таблицю, приведену нижче.

Таблиця 5

№	Найменування	Форма випуску	Оптова ціна з урахуванням ПДВ	Роздрібна ціна з урахуванням ПДВ	Рівень торгової надбавки %
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

Оберіть з асортименту аптеки 10 торгових найменувань ЛЗ, на які не підлягають регулюванню з боку держави.

Таблиця 6

№	Найменування	Форма випуску	Оптова ціна з урахуванням ПДВ	Роздрібна ціна з урахуванням ПДВ	Рівень торгової надбавки %
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

Висновки _____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Проаналізуйте вплив одного з зовнішніх факторів ціноутворення, а саме конкуренції, на формування цін у аптеці – базі практики. Порівняйте ціни обраних препаратів з цінами аптек-конкурентів. Зробіть висновки щодо рівня цін та цінової стратегії аптеки.

Таблиця 7

Вплив аптек-конкурентів на ціноутворення в аптеці

Найменування ЛП, форма випуску	**Аптека – база практики ціна, грн.**	**Конкурент А ціна, грн.**	**Конкурент Б ціна, грн.**	**Конкурент В ціна, грн.**

Висновки _____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Тема 16. Збутова діяльність фармацевтичних підприємств.

_____

дата

Зі скількома постачальниками працює аптека – база практики.

_____

Наведіть постачальників, співпраця з якими є найбільш важливою для аптеки

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Охарактеризуйте переваги та недоліки посередників з якими співпрацює аптека.

Таблиця 8

Переваги та недоліки посередників аптечного підприємства

Посередник	**Переваги**	**Недоліки**

Наведіть показники збутової діяльності аптеки

Обсяг реалізації за 1 місяць у роздрібних цінах _____
_____
_____

Обсяг реалізації за 1 місяць у перерахунку на 1 м^2 торгової площі
_____
_____

Обсяг реалізації за 1 місяць у перерахунку на одного провізора (фармацевта)
_____
_____

Кількість покупців за 1 робочій день (кількість чеків) _____
_____

Середня вартість одного чека _____
_____

Висновки _____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Перелік копій документів до розділу: угода з постачальником, видаткова накладна (за вибором)

Тема 17-18. Маркетингова політика комунікацій. Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій _____

дата

Назвіть засоби стимулювання збуту та покупців фармацевтичної продукції, які застосовуються в аптеці – базі практики

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Наведіть приклади засобів стимулювання персоналу в фармацевтичній організації (аптеці).

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Проаналізуйте, як застосовують правила мерчандайзингу (доповніть фотографіями) в аптеці.

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Місце для фотографій

Опішить заходи PR, які проводило керівництво аптеки протягом календарного року та запропонуйте свої.

Наведіть приклади засобів маркетингових комунікацій при роботі з провізорами, які застосовують медичні та фармацевтичні представники, що відвідують аптеку.

Тема 19. Маркетинговий контроль _____
дата

Проведіть аналіз неекономічних показників, за якими може здійснюватися контроль маркетингу в аптеці (за календарний рік):

кількість нових покупців _____

кількість втрачених покупців _____

кількість незадоволених покупців _____

якість товарів порівняно з конкурентами _____
_____
_____
_____
_____
_____

конкурентоспроможність аптеки _____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

прихильність споживача до торгової марки _____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

імідж аптеки _____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Складіть план контролю прибутковості аптеки за поточний рік за таким алгоритмом:

Завдання контролю _____
_____
_____
_____

Об'єкти контролю _____
_____
_____
_____

Період, що контролюється _____
_____
_____

Показники, що контролюються _____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Контролери _____
_____
_____
_____

Результати контролю_____
_____
_____
_____
_____

Висновки _____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Тема 20. Міжнародний маркетинг у фармації _____
дата

Оберіть одну із запропонованих тем та напишіть есе (невеликий текст, що виражає Вашу індивідуальну точку зору стосовно певної проблеми).

1. Форми виходу українських підприємств на зовнішні ринки.
2. Маркетингові стратегії, що використовують українськи підприємства при виході на міжнародний ринок.
3. Просування лікарських засобів іноземними компаніями на українському фармацевтичному ринку.
4. Пошук і встановлення схожості і відмінності в потребах споживачів у різних країнах.
5. Успішна конкуренція на зарубіжних фармацевтичних ринках.
6. Урядові обмеження і протекціонізм.
7. Фінансові обмеження, пов'язані з коливанням валютних курсів і рівнем інфляції.
8. Ступені відкритості і закритості міжнародних ринків.
9. Мотиви початку діяльності на зовнішніх ринках.
10. Значення українського ринку для фармацевтичних фірм-виробників з інших країн світу.

Рекомендовані посилання:

1. http://www.pharmel.kharkiv.edu/ — Центр дистанційних технологій НФаУ
2. http://www.marketing.web-standart.net — Новый маркетинг
3. http://www.gortis.info — Практика рыночных исследований
4. http://uamedia.visti.net/uk — газета «Урядовий кур'єр»
5. http://www.expert.ua — експерт
6. http://www.marketing.spb.ru/read/m7/ — енциклопедія маркетингу
7. http://www.pharma.net.ua — специализированный сайт для сотрудников фармацевтических компаний, врачей, фармацевтов, провизоров, студентов медицинских и фармацевтических вузов —
8. http://www.nbuv.gov.ua/ —національна бібліотека України ім. Вернадського
9. Бизнес-Кредит Украина http://bck.com.ua
10. www. bci-marketing.aha.ru – журнал «Практический маркетинг».
11. www. marketing.web-standart.net – журнал «Новый маркетинг» .
12. www.apteka.ua – еженедельник «Аптека».
13. www.dasigna.ru – журнал для провизоров и фармацевтов «Да Сигна».
14. www.dis.ru – журнал «Маркетинг в России и за рубежом».
15. www.farmaudit.com.ua – журнал «Аптечный аудит».
16. www.farmoboz – журнал «Фармацевтическое обозрение».
17. www.marketing-research.in.ua – журнал «Маркетинговые исследования в Украине».
18. www.marketologi.ru – социальная сеть профессиональных контактов некоммерческого партнерства «Гильдия Маркетологов».
19. www.new-management.info – журнал «Новый менеджмент».
20. www.provisor.com.ua – журнал «Провизор».
21. www.remedium-journal.ru – журнал «Ремедиум».
22. www.rosapteki.ru – журнал «Российские аптеки».

Навчальне видання

Малий Володимир Валентинович
Тіманюк Ірина Владимирівна
Шуванова Олена Волордимирівна
Пестун Ірина Володимирівна
Рогуля Ольга Юріївна
Дорохова Людмила Петрівна

РОБОЧИЙ ЗОШИТ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ З ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

Формат 60х84/16. Ум. друк. арк. 2,75. Тираж _____ пр.

Національний фармацевтичний університет
вул. Пушкінська, 53, м. Харків, 61002
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи серії ДК № 3420 від 11.03.2009.