

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ  
Національний фармацевтичний університет

ПРАКТИКУМ З  
МЕНЕДЖМЕНТУ  
ТА МАРКЕТИНГУ  
У ФАРМАЦІЇ

Харків  
Видавництво НФаУ  
2011

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ  
Національний фармацевтичний університет**

**ПРАКТИКУМ З  
МЕНЕДЖМЕНТУ  
ТА МАРКЕТИНГУ  
У ФАРМАЦІЇ**

**Навчальний посібник для студентів  
вищих навчальних закладів**

**За редакцією професора З.М. Мнушко**

**друге видання,  
перероблене та доповнене**

**Харків  
Видавництво НФаУ  
2011**

*Рекомендовано*

*Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України  
(лист № 1/11-7329 від 05.08.2011 р.)*

**АВТОРИ:**

З.М. Мнушко, А.Б. Ольховська, І.В. Пестун, О.Ю. Рогуля, М.М. Слободянюк, С.В. Жадько, Н.В. Чмихало, Л.П. Дорохова

**Рецензенти:**

Т.А. Грошовий, доктор фармацевтичних наук, професор, зав. кафедрою фармацевтичних дисциплін Тернопільського державного медичного університету ім. І. Я. Горбачевського

Б.П. Громовик, доктор фармацевтичних наук, професор кафедри організації та економіки фармації та технології ліків факультету післядипломної освіти Львівського національного медичного університету ім. Д. Галицького

А.В. Кабачна, доктор фармацевтичних наук, професор кафедри менеджменту та економіки в сімейній медицині Харківської медичної академії післядипломної освіти

Мнушко З.М. Практикум з менеджменту та маркетингу у фармації. Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – 2-ге видан. перероблене та доповнене / З.М. Мнушко, А.Б. Ольховська, І.В. Пестун та ін. За редакцією З.М. Мнушко. – Харків: Вид-во НФаУ, 2011. – 424 с.

Навчальний посібник розроблений відповідно до навчальної програми дисципліни «Менеджмент та маркетинг у фармації» та вимог кредитно-модульної системи організації навчального процесу.

У посібнику наведено перелік основних термінів до кожної теми та структурно-логічні схеми, запропоновано питання для самостійного вивчення, матеріали прикладного характеру, адаптовані до фармацевтичної галузі, а також практичні завдання, у тому числі до самостійної роботи студентів, питання та тестові завдання для самоконтролю знань.

Посібник призначений для студентів вищих навчальних закладів, які навчаються за напрямом «Фармація».

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>5</b>
<b>ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ.....</b>	<b>8</b>
<b>ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ ЗА МОДУЛЯМИ І ТЕМАМИ.....</b>	<b>10</b>
Структурно-логічна схема дисципліни.....	10
Структурно-логічні схеми модулів, змістових модулів.....	11
Зміст дисципліни.....	13
<b>ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ.....</b>	<b>25</b>
<b>МОДУЛЬ 1. МЕНЕДЖМЕНТ У ФАРМАЦІЇ. МАРКЕТИНГ ЯК ІНТЕГРАТИВНА ФУНКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ.....</b>	<b>25</b>
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. МЕНЕДЖМЕНТ ЯК НАУКА ТА ПРАКТИКА УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЮ.....</b>	<b>25</b>
Тема 1. Теоретичні основи менеджменту.....	25
Тема 2. Організація як об'єкт управління.....	34
Тема 3. Менеджмент та успішне управління.....	52
Тема 4. Функції управління. Управління процесом прийняття рішень.....	64
Тема 5. Комунікативні процеси в управлінні.....	97
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. МЕНЕДЖМЕНТ І ПІДПРИЄМНИЦТВО. УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ ТА ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЙ.....</b>	<b>131</b>
Тема 6. Менеджмент і підприємництво.....	131
Тема 7. Управління трудовими ресурсами та персоналом організацій. Групова динаміка і керівництво. Управління конфліктами.....	144
Тема 8. Трудові відносини за ринкових умов.....	166
Тема 9. Оцінка ефективності діяльності організації та управління.....	179
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ У ФАРМАЦІЇ. ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНИМ МАРКЕТИНГОМ.....</b>	<b>190</b>
Тема 10. Основні положення маркетингу у фармації.....	190
Тема 11. Процес управління фармацевтичним маркетингом.	
Вивчення ринку лікарських засобів.....	206

<b>МОДУЛЬ 2. МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦІЇ.....</b>	220
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4. ТОВАР У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ. ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ. ТОВАРНА ТА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....</b>	220
Тема 12. Товар у системі маркетингу. Асортиментна політика фармацевтичних і аптечних підприємств.....	220
Тема 13. Товарна та інноваційна політика фармацевтичних підприємств.....	232
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5. ЦІНА ТА ЦІНОВА ПОЛІТИКА ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ. ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ У СИСТЕМІ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ.....</b>	250
Тема 14. Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних і аптечних підприємств.....	250
Тема 15. Збутоva діяльність фармацевтичних підприємств.....	264
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 6. СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ. МАРКЕТИНГОВИЙ КОНТРОЛЬ.</b>	
<b>МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ.....</b>	283
Тема 16. Маркетингова політика комунікацій. Реклама у системі фармацевтичного маркетингу.....	283
Тема 17. Стимулювання збуту та інші засоби маркетингових комунікацій.....	301
Тема 18. Маркетингові дослідження та інформація.....	313
Тема 19. Маркетинговий контроль.....	331
Тема 20. Міжнародний маркетинг.....	344
<b>ПОТОЧНИЙ ТА ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ ЗНАНЬ.....</b>	361
Перелік контрольних питань .....	361
Форми контролю.....	366
Відповіді на тестові завдання.....	369
<b>ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК.....</b>	377
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	388
<b>ДОДАТКИ.....</b>	399