



Z.M. Mnushko, I.V. Pestun, I.V. Sofronova,  
I.V. Timanyuk, N.V. Sotnikova

# MANAGEMENT AND MARKETING IN PHARMACY



THE MINISTRY OF HEALTH OF UKRAINE  
NATIONAL UNIVERSITY OF PHARMACY

# **MANAGEMENT AND MARKETING IN PHARMACY**

# **Workbook**

## **for independent work of students**

### **(tests with explanations)**

Kharkiv

**NUPh**

«Golden Pages»

2011

UDC 615.1:65.050:339.138(075)

615.1:339.138 (075.8)

BBK 65.050-2

M 50

*Recommended*

*by Ministry of Education, Science, Youth and Sport of Ukraine  
(Letter №1/11-4873 from June, 15, 2011)*

**Authors:** Z.M. Mnushko, I.V. Pestun, I.V. Sofronova, I.V. Timanyuk, N.V. Sotnikova

**Reviewed by:** Kabachnaya A.V., Doctor of Pharmaceutical sciences, professor of department of Management and Economy of Family Medicine, Kharkiv Medicine Academy of Postgraduate Education;

Zhirova I.V., Candidate of Pharmaceutical sciences, assistant professor of department of Organization and Economy of Pharmacy, National University of Pharmacy.

M 50 **Management and marketing in pharmacy : Workbook for independent work of students (tests with explanations) / Z.M. Mnushko, I.V. Pestun, I.V. Sofronova and others. — Kharkiv : NUPh : Golden Pages, 2011. — 128 p.**

ISBN 978-966-615-380-0

ISBN 978-966-400-223-0

The tests and explanations of them contain theoretical concepts of management and marketing, materials of applied nature adapted to the pharmaceutical training practice. The material is presented in the form of a table where the test tasks and explanations with the correct answers are given. The manual is recommended for foreign students of pharmaceutical higher schools and faculties to self-preparation for the module control of the discipline and a certification examination.

Тести та пояснення до них містять теоретичні положення менеджменту та маркетингу, матеріали прикладного характеру, які адаптовані до фармацевтичної практики. Навчальний матеріал поданий у вигляді таблиці, в якій представлена тестові завдання та пояснення до правильної відповіді до них. Навчальний посібник рекомендовано іноземним студентам фармацевтичних вузів та факультетів для самостійної підготовки до модульного контролю з дисципліни та ліцензійного іспиту.

**UDC 615.1:65.050:339.138(075)**

**615.1:339.138 (075.8)**

**BBK 65.050-2**

**Навчальне видання**

**Миушко Зоя Миколаївна, Пестун Ірина Володимирівна, Софронова Ірина Вадимівна,  
Тіманюк Ірина Володимирівна, Сотнікова Наталія Валеріївна**

**МЕНЕДЖМЕНТ  
ТА МАРКЕТИНГ  
У ФАРМАЦІЇ**

**Навчальний посібник для самостійної роботи студентів  
(тестові завдання з поясненнями)**

Формат 60×84/8. Ум. друк. арк. 14,88.

Тираж 300 пр. Зам. № 572.

Національний фармацевтичний університет  
бул. Пушкінська, 53, м. Харків, 61002

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3420 від 11.03.2009 р.

ТОВ «Золоті сторінки»  
вул. Маршала Бажанова, 28, м. Харків, 61002  
Тел./факс (057) 701-0-701

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 276 від 12.12.2000 р.

— MODULE I —  
Management in pharmacy.  
Marketing as an integrative function of management

TOPIC MODULE I  
*Management as science and practice  
of organization administration*

<b>Introduction .....</b>	4
<b>Module 1. Management in pharmacy. Marketing as an integrative function of management.....</b>	5
Topic module 1. Management as science and practice of organization administration .....	5
Topic module 2. Management and Entrepreneurship. Human Resource Management and the organization staff.....	36
Topic module 3. Fundamentals in marketing. Management of pharmaceutical marketing .....	55
<b>Module 2. Marketing in pharmacy.....</b>	71
Topic module 4. The commodity and innovative policy of the pharmaceutical enterprises.....	71
Topic module 5. The price and price policy of the pharmaceutical enterprises. Distribution activity in the system of pharmaceutical marketing.....	83
Topic module 6. Promotion of the goods. The system of marketing communications. The marketing control. International marketing .....	100
<b>The basic literature .....</b>	127

<b>A. The concept and the system of management, of enterprise production and sales activity.</b>	
a) Research of consumers' needs, product pricing and defining the profit	
<b>B. The factors of the external environment of the C. Social and cultural factors</b>	
a) Factors of the consumers' maximum needs (the important stages of the growth of the needs of different groups, culture is self-social influences on the needs of different groups, change in society, traditions of life, distribution behavior by source, new social groups, etc.)	
b) Technological	
c) Economic	
d) Social and cultural factors	
e) Economic factors	
f) Political factors	