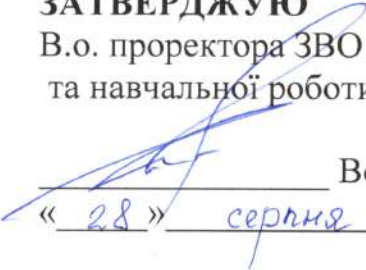


Вінницький національний медичний університет ім. М.І. Пирогова
Навчально-науковий Інститут громадського здоров'я, біології,
контролю та профілактики хвороб
Кафедра менеджменту та маркетингу

ЗАТВЕРДЖУЮ

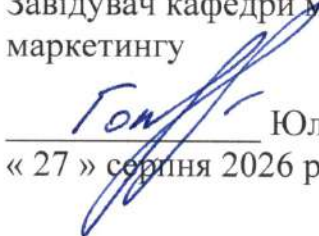
В.о. проректора ЗВО з науково-педагогічної
та навчальної роботи

 Володимир ШКОЛЬНИКОВ

« 28 » серпня 2026 року

ПОГОДЖУЮ

Завідувач кафедри менеджменту та
маркетингу

 Юлія ГОЛОВЧУК

« 27 » серпня 2026 року

СИЛАБУС
вибіркового освітнього компонента

**«ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
ТА МАРКЕТИНГ»**

Спеціальність	D3 «Менеджмент»
Освітній рівень	Магістр
Освітня програма	ОПП «Менеджмент в охороні здоров'я»
Навчальний рік	2026-2027
Кафедра	Менеджменту та маркетингу
Лектор	к.н. з держ.упр., доцент, Костянтин ГЕРАСИМЮК
Контактна інформація	mgmt@vnm.edu.ua, вул. Пирогова, 56 (морфологічний корпус), 1 поверх, каб. 61а
Укладач силабусу	к.н. з держ.упр., доцент, Костянтин ГЕРАСИМЮК

1. Статус та структура освітнього компонента

Статус освітнього компонента	вибірковий
Код та місце освітнього компонента в ОПП	ВК 2.3
Курс/семестр	2 курс (3 семестр)
Обсяг освітнього компонента (загальна кількість годин/ кількість кредитів ЄКТС)	90 годин /3 кредити ЄКТС
Структура освітнього компонента	заочна форма навчання
	Лекційні заняття, год.
	2
	Практичні заняття, год.
	4
	Самостійна робота, год.
	84
	В цілому: аудиторні заняття – 7%, самостійна поза аудиторна робота – 93%
Кількість змістових модулів	1
Мова викладання	українська
Форма навчання	заочна

2. Опис освітнього компонента

Коротка анотація курсу, актуальність. Програма освітнього компонента «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг» складена відповідно до порядку підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня освіти у вищих медичних навчальних закладах освіти України у відповідності до вимог Європейської кредитно-трансферної системи організації навчального процесу (ECTS), заснованої на поєднанні технологій навчання за розділами та залікових кредитів оцінки – одиниць виміру навчального навантаження здобувача освіти необхідного для засвоєння освітнього компонента або його розділу.

Освітній компонент є вибіркоким компонентом освітньо-професійної програми «Менеджмент в охороні здоров'я», розрахований на 3 кредити, які здобувачі освіти засвоюють протягом 3 семестру на 2 році навчання.

Основним фокусом програми є отримання знань з освітнього компонента «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг», вивчення якого необхідне для успішного засвоєння знань з освітніх компонентів професійної підготовки.

Отримані у процесі вивчення освітнього компонента знання та навички допоможуть здобувачам стати фахівцем, здатним ефективно управляти фармацевтичними підприємствами, розробляти та впроваджувати маркетингові стратегії, аналізувати ринок лікарських засобів і медичних виробів, а також застосовувати сучасні цифрові технології в управлінні та просуванні фармацевтичної продукції, формують уміння і навички у сфері стратегічного планування, управління ціноутворенням, оцінка ефективності маркетингових кампаній та дотримання етичних стандартів у фармацевтичному бізнесі.

Предметом вивчення освітнього компонента «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг» є теоретичні, методичні та практичні засади управління діяльністю

фармацевтичних організацій, організації маркетингової діяльності, стратегічного розвитку, управління персоналом, просування фармацевтичних товарів і послуг та забезпечення конкурентоспроможності в системі охорони здоров'я.

Мета курсу та його значення для професійної діяльності. Метою освітнього компонента є підготовка фахівців, здатних ефективно управляти фармацевтичними підприємствами, розробляти та впроваджувати маркетингові стратегії, які відповідають вимогам ринку і забезпечують конкурентоспроможність продукції.

Основними завданнями вивчення освітнього компонента «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг» є:

- формування теоретичних знань про фармацевтичний менеджмент та маркетинг;
- опанування методами аналізу фармацевтичного ринку та його тенденцій;
- набуття навичок проектування ефективних систем управління фармацевтичними організаціями;
- розроблення стратегій управління фармацевтичними підприємствами;
- аналіз та розроблення маркетингових стратегій у фармацевтичній галузі;
- вивчення цінових стратегій у фармацевтичному маркетингу;
- опанування сучасних цифрових технологій у фармацевтичному менеджменті та маркетингу;
- формування лідерських якостей, навичок командної роботи та ефективної взаємодії з персоналом і партнерами;
- оцінка етичних аспектів, принципів соціальної відповідальності та професійної поведінки у фармацевтичному бізнесі;
- набуття навичок виконання управлінських функцій щодо забезпечення якості фармацевтичних послуг у системі охорони здоров'я;
- аналіз ефективності впроваджених управлінських і маркетингових рішень у фармацевтичному секторі.

Міждисциплінарні зв'язки: При вивченні освітнього компонента використовуються знання здобуті під час опанування таких освітніх компонентів: «Менеджмент закладу охорони здоров'я», «Управління проєктами в медицині і фармації», «Маркетинг-менеджмент закладу охорони здоров'я».

Основні положення освітнього компонента можуть застосовуватися при підготовці кваліфікаційної роботи.

Результати навчання:

Інтегративні кінцеві програмні результати навчання, формуванню яких сприяє освітній компонент:

- ПРН 3. Проектувати ефективні системи управління організаціями.
- ПРН 10. Демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач.
- ПРН 16. Виконувати управлінські функції з надання якісних послуг у сфері охорони здоров'я.

Результати навчання для освітнього компонента:

В результаті вивчення освітнього компонента здобувачі вищої освіти повинні:
Знати:

- основи фармацевтичного менеджменту та маркетингу;
- методи аналізу фармацевтичного ринку та його особливостей;
- стратегії управління фармацевтичними підприємствами;
- принципи проектування ефективних систем управління фармацевтичними організаціями;
- принципи маркетингових стратегій у фармацевтичній галузі;
- вплив цифровізації на фармацевтичний менеджмент та маркетинг;
- сучасні підходи до лідерства, командної взаємодії та управління персоналом у фармацевтичних організаціях;
- етичні особливості та соціальну відповідальність у фармацевтичному бізнесі;
- організаційно-управлінські механізми забезпечення якості фармацевтичних послуг у системі охорони здоров'я;
- інструменти ціноутворення в фармацевтичному секторі;
- показники ефективності маркетингових стратегій.

Вміти:

- аналізувати фармацевтичний ринок та визначати його тенденції;
- проектувати ефективні системи управління діяльністю фармацевтичних організацій;
- розробляти стратегії управління фармацевтичними підприємствами;
- формувати та реалізовувати маркетингові стратегії у фармацевтичній галузі;
- визначати оптимальні ціни для фармацевтичних продуктів;
- використовувати цифрові інструменти для управління фармацевтичним бізнесом;
- оцінювати етичні особливості та соціальну відповідальність у фармацевтичному маркетингу;
- демонструвати лідерські якості, організовувати командну роботу та ефективно взаємодіяти з персоналом і партнерами;
- розробляти та впроваджувати ефективні комунікаційні стратегії;
- виконувати управлінські функції щодо забезпечення якості фармацевтичних послуг у закладах охорони здоров'я;
- оцінювати результати впроваджених маркетингових стратегій у фармацевтичному секторі.

3. Зміст та логістика освітнього компонента

Структура освітнього компонента	Всього годин/ кредитів ECTS	Заочна форма навчання
Модуль 1. Управління та маркетинг у фармацевтичній галузі Змістових модулів 1	90 год/ 3 кредити	Лекції № 1 Практичні заняття № 3, 6 Теми для самостійного опрацювання № 1-10

Освітній компонент включає 10 тем

Модуль 1. Управління та маркетинг у фармацевтичній галузі
Змістовий модуль 1. Сучасні підходи до управління та маркетингу у фармацевтичній галузі

Тема 1. Основи та концепції фармацевтичного менеджменту. Основні концепції у фармацевтичному менеджменті. Визначення термінів і понять. Історія розвитку фармацевтичного менеджменту. Ролі та функції менеджменту. Організаційні структури фармацевтичних підприємств. Стратегічне управління. Операційний менеджмент. Лідерство та управлінські навички. Виклики і тенденції. Інновації у фармацевтичному бізнесі. Ризики та кризове управління. Міжнародний фармацевтичний менеджмент. Вплив правових норм. Фінансовий менеджмент. Культура та організаційна поведінка.

Тема 2. Аналіз фармацевтичного ринку: методи та підходи. Методи збору та аналізу даних. Сегментація ринку. SWOT-аналіз. Ринкові стратегії. Прогнозування попиту. Конкурентний аналіз. Маркетингові дослідження. Аналіз ціноутворення. Потреби споживачів. Тенденції розвитку ринку. Взаємодія з регуляторами. Міжнародний аналіз ринку. Використання Big Data. Вплив політичних та економічних факторів. Інноваційні методи аналізу.

Тема 3. Управління фармацевтичними підприємствами. Організаційні моделі управління. Планування виробничих процесів. Управління персоналом. Логістика у фармацевтиці. Управління якістю. Сертифікація та стандарти GMP. Фінансове управління. Контроль і аудит діяльності. Управління ланцюгами постачання. Управління інноваціями. Автоматизація бізнес-процесів. Управління ризиками. Корпоративна соціальна відповідальність. Взаємодія з державними органами. Екологічна безпека виробництва.

Тема 4. Маркетингова стратегія в фармацевтичній галузі. Основи маркетингової стратегії. Сегментація ринку та позиціонування. Канали збуту. Просування фармацевтичних товарів. Брендинг у фармацевтиці. Діджитал-маркетинг. Контент-маркетинг. Використання соціальних мереж. Маркетингові дослідження. CRM-системи у фармацевтиці. Стратегії ціноутворення. Лояльність клієнтів. Аналіз конкурентного середовища. Реклама лікарських засобів. Етика фармацевтичного маркетингу.

Тема 5. Ціноутворення в фармацевтичному маркетингу. Фактори, що впливають на ціни. Методи ціноутворення. Регулювання цін на ліки. Вплив конкурентного середовища. Політика диференціації цін. Аналіз цінової еластичності. Стратегії ціноутворення для нових препаратів. Специфіка ціноутворення на генерики. Вплив страхових компаній на ціни. Роль державного регулювання. Державні закупівлі та тендери. Програми знижок і лояльності. Міжнародні особливості ціноутворення. Фармакоекономічний аналіз. Вплив макроекономічних факторів.

Тема 6. Цифровізація в фармацевтичному менеджменті та маркетингу. Використання CRM-систем. Електронна комерція у фармацевтиці. Big Data та аналітика. Телекомунікаційні технології. Онлайн-просування фармацевтичних товарів. Використання чат-ботів та AI. Персоналізований маркетинг. Дистанційні консультації та телемедицина. Автоматизація бізнес-процесів. Блокчейн у фармацевтиці. Цифрові інструменти для моніторингу ринку. Інтернет-реклама лікарських засобів. Віртуальна та доповнена реальність. Мобільні додатки для пацієнтів. Кібербезпека у фармацевтичній сфері.

Тема 7. Етика та соціальна відповідальність у фармацевтичному бізнесі. Принципи фармацевтичної етики. Вплив фармацевтичних компаній на суспільство. Корпоративна соціальна відповідальність. Кодекси етики у фармацевтичному бізнесі. Регулювання етичних норм. Відповідальність перед споживачами. Взаємодія з лікарями та закладами охорони здоров'я. Прозорість у діяльності фармацевтичних компаній. Антикорупційні програми. Етичні аспекти реклами лікарських засобів. Вплив фармацевтичних компаній на формування попиту. Етичні виклики в клінічних дослідженнях. Боротьба з фальсифікованими ліками. Участь фармацевтичних компаній у благодійних програмах. Відповідальність за екологічні наслідки виробництва.

Тема 8. Оцінка ефективності маркетингових стратегій у фармацевтичному секторі. Основи оцінки ефективності. Методи вимірювання маркетингового впливу. Аналіз рентабельності маркетингових кампаній. KPI у фармацевтичному маркетингу. Аналіз поведінки споживачів. Вплив реклами на продажі. Оцінка ефективності цифрового маркетингу. Вимірювання впізнаваності бренду. Аналітика соціальних мереж. Вплив лікарської промоції на призначення препаратів. Стратегії коригування маркетингових кампаній. Дослідження споживчих переваг. Вплив лояльності клієнтів на прибутковість. Використання A/B тестування. Інноваційні підходи до оцінки ефективності маркетингу.

Тема 9. Управління взаємовідносинами з ключовими стейкхолдерами у фармацевтичній галузі. Класифікація стейкхолдерів фармацевтичного ринку. Взаємодія з лікарями та медичним персоналом. Комунікація з пацієнтами та їх об'єднаннями. Партнерство з аптечними мережами та дистриб'юторами. Взаємодія з регуляторними органами України. Лобіювання інтересів фармацевтичних компаній. Управління конфліктами інтересів. Медичні представники: роль та функції. Програми підтримки пацієнтів. Взаємодія зі страховими компаніями. Публічно-приватне партнерство у фармацевтичній сфері. Комунікація в умовах кризи. Соціальні мережі як інструмент взаємодії зі стейкхолдерами. Оцінка ефективності стейкхолдерських відносин.

Тема 10. Стратегічний розвиток фармацевтичних підприємств в умовах глобалізації та невизначеності. Глобальні тенденції розвитку фармацевтичної галузі. Стратегії виходу на міжнародні ринки. Управління в умовах економічної нестабільності. Вплив пандемій та надзвичайних ситуацій на фармацевтичний ринок. Адаптація бізнес-моделей до змін зовнішнього середовища. Злиття та поглинання у фармацевтичній галузі. Управління портфелем продуктів. Стратегічне партнерство та альянси. Інноваційні стратегії розвитку. Фармацевтичний ринок України в контексті євроінтеграції. Регуляторна гармонізація з вимогами ЄС. Управління інтелектуальною власністю. Трансфер технологій. Сценарне планування у фармацевтичному менеджменті. Майбутнє фармацевтичного менеджменту та маркетингу.

Згідно програми основними видами навчальних занять є а) лекції, б) практичні заняття, в) самостійна робота здобувачів.

Теми лекцій розкривають проблемні питання відповідних розділів освітнього компонента.

Практичні заняття передбачають теоретичне обґрунтування основних питань теми і засвоєння практичних навичок через розв'язання ситуаційних задач і тестів.

Самостійна робота здобувача передбачає підготовку до практичних занять та опрацювання практичних навичок, вивчення тем для самостійної роботи, підготовку презентацій, опрацювання наукової літератури та виконання індивідуальної роботи. Контроль засвоєння тем самостійної роботи здійснюється на практичних заняттях та підсумковому контролі з освітнього компонента.

Тематичні плани лекцій, практичних занять, самостійної роботи опубліковані на сайті кафедри.

Маршрут отримання матеріалів: Кафедра менеджменту та маркетингу/ Магістр/ 2 курс/ Вибіркові компоненти/ Фармацевтичний менеджмент та маркетинг. Доступ до матеріалів здійснюється з корпоративного акаунту здобувача s000XXX@vnmue.edu.ua.

4. Форми та методи контролю успішності навчання

Поточний контроль на практичних заняттях	Методи: усне або письмове опитування, тестування, розв'язання ситуаційних задач.
Підсумковий контроль (залік) по завершенню вивчення освітнього компонента (3 семестр)	Згідно з Положенням про організацію освітнього процесу у Вінницькому національному медичному університеті ім. М.І. Пирогова (https://surli.cc/bljzhy)
Засоби діагностики успішності навчання	Теоретичні питання, тести, практичні завдання, демонстрація практичних навичок.

5. Критерії оцінювання

Оцінювання знань здійснюється згідно чинного Положення про організацію освітнього процесу у про організацію освітнього процесу у Вінницькому національному медичному університеті ім. М.І. Пирогова (<https://surli.cc/bljzhy>)

Поточний контроль	За системою традиційних оцінок: 5 «відмінно», 4 «добре», 3 «задовільно», 2 «незадовільно»
Контроль практичних навичок	За системою традиційних оцінок: 5 «відмінно», 4 «добре», 3 «задовільно», 2 «незадовільно»
Залік (підсумковий контроль)	За 200-бальною шкалою (середня арифметична оцінка за семестр конвертується в бали) Зараховано: від 122 до 200 балів Не зараховано: менше 122 балів (див. Шкалу оцінювання)

Шкала оцінювання освітнього компонента: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для заліку
180-200	A	зараховано
170-179,99	B	
160-169,99	C	
141-159,99	D	
122-140,99	E	
60-121,99	FX	не зараховано з можливістю повторного складання
0-59,99	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням освітнього компонента

Критерії оцінювання знань здобувача

Оцінювання усної/письмової відповіді під час поточного контролю

Оцінка «**відмінно**» виставляється здобувачу освіти, який глибоко і всебічно засвоїв теоретичний матеріал, грамотно і логічно його викладає. Він чітко відповідає на нестандартні питання за темою заняття, уміє пов'язати матеріал даної теми з вивченими раніше розділами, що свідчить про опанування рекомендованої літератури та здатність аналізувати вивчений матеріал, а також чітко демонструє значення засвоєних теоретичних та практичних знань.

Оцінка «**добре**» виставляється здобувачу освіти, який знає і добре володіє теоретичним матеріалом, грамотно його викладає, не допускає неточностей при відповіді, уміє розкрити тему з позицій її значення та практичного застосування, але при цьому відповіді не виходять за межі підручника, методичних рекомендацій.

Оцінка «**задовільно**» виставляється здобувачу освіти, який знає базові поняття та визначення з вивченої теми, але допускає значні неточності або має труднощі при формулюванні відповіді, не розуміє економічних аспектів теми, не може пов'язати теоретичний матеріал із практикою.

Оцінка «**незадовільно**» виставляється здобувачу освіти, який не знає теоретичних основ теми, допускає грубі помилки при відповіді, не розуміє базових понять та визначень, не може пояснити значення теоретичного та практичного матеріалу.

Оцінювання виконання практичних навичок під час поточного контролю

Оцінка «**відмінно**» виставляється здобувачу освіти, який, знає хід та послідовність самостійної навчально-дослідницької роботи для виконання практичного завдання, демонструє правильне виконання необхідних практичних навичок, та вірно з чіткими формулюваннями узагальнень та висновків.

Оцінка «**добре**» виставляється здобувачу освіти, який допускає неточності при виконанні дослідження, але здатний самостійно виявити допущені помилки та може продемонструвати виконання практичної навички в цілому, акуратно оформлює результати практичного заняття.

Оцінка «**задовільно**» виставляється здобувачу освіти, який знає основи практичного завдання, але зазнає труднощів при виконанні дослідження, не може продемонструвати повну правильну послідовність практичних навичок, не може

трактувати в повному обсязі результати проведених досліджень.

Оцінка **«незадовільно»** виставляється здобувачу освіти, який не може продемонструвати виконання практичної навички, зазнає значних труднощів при виконанні досліджень, порушує порядок виконання практичної роботи.

Оцінювання виконання тестових завдань та ситуаційних задач під час поточного контролю

Оцінка **«відмінно»** виставляється здобувачу освіти, який при проведенні тестового контролю допускається не більше 10% неправильних відповідей (обсяг правильних відповідей 90-100%). Під час розв'язання тестових завдань надає правильні відповіді на всі питання до тесту.

Оцінка **«добре»** виставляється здобувачу освіти, який під час тестового контролю допускає не більше 20% помилок (обсяг правильних відповідей 80-89%). Під час розв'язання тестових завдань надає правильні відповіді на більшість питань до тесту.

Оцінка **«задовільно»** виставляється здобувачу освіти, який робить помилки не більш, ніж в 40% тестових завдань (обсяг правильних відповідей 60,5-79%). Під час розв'язання тестових завдань надає правильні відповіді тільки на деякі питання до тесту.

Оцінка **«незадовільно»** виставляється здобувачу освіти, який при тестовому опитуванні правильно розв'язує менше 60% тестових завдань. Під час розв'язання тестових завдань не може надати правильні відповіді на питання до тесту.

Оцінювання самостійної роботи здобувача вищої освіти

Оцінювання самостійної роботи здобувача здійснюється під час поточного контролю засвоєння тем відповідного змістового модулю на підставі усної відповіді на теоретичне питання, тестування та розв'язання ситуаційних задач з теми для самостійного опанування, оцінювання демонстрації виконання практичної навички згідно практичних цілей певного практичного заняття.

Оцінювання індивідуальної роботи здобувача освіти

Індивідуальна робота здобувача вищої освіти оцінюється до 12 балів.

Форма підсумкового контролю успішності навчання

Підсумковий контроль засвоєння освітнього компонента здійснюється у формі заліку. Підсумковий контроль зараховують, якщо здобувач засвоїв освітніх компонентів у повному обсязі, про що свідчить поточне оцінювання кожного практичного заняття.

6. Політика освітнього компонента/курсу

Здобувач освіти має право на отримання якісних освітніх послуг, доступ до сучасної наукової та навчальної інформації, кваліфіковану консультативну допомогу під час вивчення освітнього компонента та опанування практичними навичками. Політика кафедри під час надання освітніх послуг є студентоцентрованою, базується на нормативних документах Міністерства освіти і науки України та Міністерства охорони здоров'я України, статуті університету та порядку надання освітніх послуг,

регламентованого основними положеннями організації освітнього процесу в ВНМУ ім. М.І. Пирогова та засадах академічної доброчесності.

Дотримання правил розпорядку ВНМУ, техніки безпеки на практичних заняттях. Інструктаж з техніки безпеки, поведіння під час сигналу «Повітряна тривога» проводиться на першому практичному занятті викладачем. Проведення інструктажу реєструється в Журналі інструктажу з техніки безпеки. Здобувач освіти, який не пройшов інструктаж, не допускається до виконання практичних робіт.

Перед проведенням кожного практичного заняття викладач ознайомлює здобувачів освіти із місцем розташування укриття, правилами поведінки під час переміщення до укриття та перебування в ньому, пояснює всі дії, передбачені Планом реагування на надзвичайні ситуації (згідно Наказу № 505 від 30.08.2023 р.).

1. Викладач перериває заняття і повідомляє здобувачів освіти про надходження сигналу «Повітряна тривога» або інших сигналів оповіщення.

2. негайно припиняється практична робота здобувачів.

3. Викладач ознайомлює здобувачів із маршрутом переміщення в укриття згідно прийнятої схеми евакуації.

4. Черговий здобувач виключає світло, закриває вікно та двері.

5. Здобувачі освіти швидко та організовано під керівництвом викладача, проходять в укриття цивільного захисту (цокольний поверх корпусу), де перебувають до скасування сигналу оповіщення.

6. Не допускається скупчення, паніка на виході із аудиторії, кафедри та маршрутом евакуації.

7. Відповідальні особи кафедри після оголошення сигналу оповіщення перевіряють всі приміщення кафедри на відсутність у них учасників освітнього процесу та співробітників і по завершенню перевірки прямують до укриття.

8. Якщо сигнал тривоги пролунав під час перерви, потрібно негайно без паніки просуватися до укриття.

9. В укритті учасники освітнього процесу знаходяться до отримання сигналу «Відбій повітряної тривоги». У приміщенні забороняється курити, шуміти, мати зі собою небезпечні засоби, які можуть спричинити пожежу; не допускається пересування приміщеннями без особливої потреби; необхідно дотримуватися освітнього компонента та якнайменше рухатися. Також забороняється приносити до укриття легкозаймисті речовини або речовини, що мають сильний запах.

Після відміни сигналу оповіщення викладач інформує здобувачів освіти про продовження заняття в учбових кімнатах кафедри, або самостійне доопрацювання матеріалу з опитуванням на наступному занятті

Вимоги щодо підготовки до практичних занять. Здобувач освіти повинен бути підготовленим до практичного заняття згідно наведених в методичних рекомендаціях питань, тестові завдання до поточної теми мають бути розв'язані, схеми та таблиці заповнені.

На заняття слід приходити вчасно, без запізнення.

Здобувач освіти повинен дотримуватись правил безпеки на практичних заняттях та під час знаходження у приміщеннях кафедри.

Під час обговорення теоретичних питань здобувачі мають демонструвати толерантність, ввічливість та повагу до своїх колег та викладача; при виконанні практичних завдань робоче місце має зберігатись у порядку та бути прибраним після виконання практичної роботи.

Використання мобільних телефонів та інших електронних девайсів. Використання мобільних телефонів та інших електронних пристроїв на занятті допускається тільки під час електронного тестування або опитування.

Академічна доброчесність. Під час вивчення освітнього компонента здобувач має керуватись Кодексом академічної доброчесності та корпоративної етики Вінницького національного медичного університету ім. М.І. Пирогова (<https://surl.li/dwuspg>). При порушенні норм академічної доброчесності під час поточного та підсумкових контролів здобувач отримує оцінку «2» та повинен її відпрацювати своєму викладачу в установленому порядку протягом не менш ніж два тижні після завершення курсу.

Пропуски занять. Пропущені заняття відпрацьовуються в порядку, установленому в Положенні про організацію освітнього процесу у Вінницькому національному медичному університеті ім. М.І. Пирогова (<https://surl.cc/bljzhy>) у час, визначений графіком відпрацювань (опублікований на сайті кафедри <https://www.vnmu.edu.ua/кафедра менеджменту та маркетингу#>) викладачу, який проводить практичні заняття в групі. Для відпрацювання пропущеного заняття здобувач освіти має відповісти усно з відповідної теми та розв'язати практичні завдання.

Порядок допуску до підсумкового контролю з освітнього компонента наведений в Положенні про організацію освітнього процесу у Вінницькому національному медичному університеті ім. М.І. Пирогова (<https://surl.cc/bljzhy>). До підсумкового контролю допускаються здобувачі, які не мають пропущених невідпрацьованих практичних занять та отримали середню традиційну оцінку не менше «3».

Вирішення конфліктних питань. При виникненні непорозумінь та претензій до викладача через якість надання освітніх послуг, оцінювання знань та інших конфліктних ситуацій, здобувач повинен подати спершу повідомити про свої претензії викладача. Якщо конфліктне питання не вирішено, то здобувач має право подати звернення до завідувача кафедри згідно Положення про розгляд звернень здобувачів вищої освіти у Вінницькому національному медичному університеті ім. М.І. Пирогова (<https://surl.li/itgrmm>).

Політика в умовах змішаного навчання. Порядок змішаного навчання регулюється Положенням про запровадження елементів дистанційного навчання у Вінницькому національному медичному університеті ім. М.І. Пирогова (<https://surl.li/sgdief>). Основними навчальними платформами для проведення навчальних занять є Microsoft Teams, Google Meet. Порядок проведення практичних занять, відпрацювань та консультацій під час змішаного навчання оприлюднюється на веб-сторінці кафедри.

Зворотній зв'язок з викладачем здійснюється через навчальні платформи або електронну пошту (на вибір викладача) у робочий час.

7. Навчальні ресурси

Навчально-методичне забезпечення освітнього компонента оприлюднено на сайті кафедри. Маршрут отримання матеріалів: Кафедра менеджменту та маркетингу/ Магістр/ 2 курс/ Вибіркові компоненти/ Фармацевтичний менеджмент та маркетинг. Консультації проводять згідно графіку консультацій.

8. Рекомендована література

Основна

1. Борщ В.І., Рудінська О.В., Кусик Н.Л. Менеджмент та маркетинг в охороні здоров'я: навчальний посібник. Одеса: Олді+, 2022. 264 с. URL: <https://emed.library.gov.ua/wp-content/uploads/tainacan-items/26427/80708/Menedzhment-ta-marketynh-v-okhoroni-zdorovia.pdf>
2. Єренко О.К. Управління та економіка фармації : навчальний посібник до практичних занять для фармацевтів-інтернів спеціальності «Фармація» Ч ІІ / О. К. Єренко, І. В. Бушуєва, Т. В. Хортецька, Л. А. - Запоріжжя : ЗДМФУ, 2024. – 136 с. URL: <http://dspace.zsmu.edu.ua/handle/123456789/23134>
3. Зоріна О.І., Сиволовська О. В., Мкртичян О. М. Основи менеджменту і маркетингу: навч. посібник. Харків: УкрДУЗТ, 2025. 273 с. URL: <https://surl.li/kriwuv>
4. Марчук І.А. Економіка охорони здоров'я. Маркетинг медичних послуг [Текст] : навч. посібник для практ. підготовки здобувачів вищ. навч. закл. освіти за другим (магістерським) рівнем вищ. освіти. Вінниця. ВНМУ ім. М. І. Пирогова. Вінниця : ВНМУ, 2023. 171 с. URL: <https://dspace.vnmu.edu.ua/123456789/6818>
5. Страпчук С.І., Миколенко О.П., Попова І.А., Пустова В.В. Менеджмент : навчальний посібник / Вид. 2-ге переробл. і допов. Львів : «Новий Світ-2000», 2025. 356 с. ISBN 978-617-7519-47-7. URL: <https://ns2000.com.ua/menedzhment-navchal-nyu-posibnyk/>
6. Шутурмінський В.Г. Основи менеджменту та маркетингу в медицині : навч. посібник / В.Г. Шутурмінський, Н. Л. Кусик, О. В. Рудінська ; Міжнар. гуманітар. ун-т, Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечнікова. Стер. вид. Одеса : Гельветика, 2024. 176 с. URL: <https://repo.odmu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/12337>
7. Ящук І.С. Фармацевтичний менеджмент. Ч.1: Навчальний посібник для здобувачів 5 курсу фармацевтичного факультету / І.С. Ящук // Одеса: Одес. нац. мед. ун-т, 2025. 37 с. URL: <https://repo.odmu.edu.ua:443/xmlui/handle/123456789/18791>

Допоміжна

1. Abidovna A.S. Investment PProjects: Advanced Management AND Evaluation. *Shokh Library*. 2025. Vol. 05. Issue 01. pp. 187-193. URL: <https://www.wosjournals.com/index.php/shokh/article/view/1485>
2. Akbarovna N.N. Main Trends in the Development of Modern Management TEchnologies. *FARS International Journal of Education, Social Science & Humanities*. 2025. T. 13. № 1. pp. 242-249. URL: <https://farspublishers.net/index.php/fars/article/view/41>
3. Bansal P. et al. Theorizing time in management and organizations. *Academy of Management Review*. 2025. T. 50. № 1. pp. 7-19. DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.2024.0554>
4. Boon C., Jiang K., Eckardt R. The role of time in strategic human resource management research: A review and research agenda. *Journal of Management*. 2025. T. 51. № 1. pp. 172-211. DOI: <https://doi.org/10.1177/01492063241264250>
5. Ievsieieva O., Dutchak I., Melyankova L., Smirnova I., Lepetan I. Application of innovative technologies to protect financial information in accounting: challenges of the digital economy era. *Pacific Business Review International*. 2024. Vol. 17. Issue 3. URL: http://www.pbr.co.in/2024/2024_month/September/6.pdf

6. Pashkovskiy S.M., Holovchuk Y.O., Kalnysh V.V., Shvets A.V., Honcharov O.L., Koval N.V., Saichuk O.V. Occupational burnout and stress among medical staff: empirical analysis and strategies for minimizing their negative impact. *Ukrainian journal of military medicine*. 2026. № 7. pp. 5-18. DOI: [https://doi.org/10.46847/ujmm.2026.1\(7\)-005](https://doi.org/10.46847/ujmm.2026.1(7)-005)
7. Peixoto R. T. et al. Twenty years of research in pharmaceutical services in the context of primary health care: a scoping review. *Ciência & Saúde Coletiva*. 2026. T. 31. pp. e14252025. URL: <https://www.scielo.br/j/csc/a/Qp5kSjBDJN93MVGSPM6JsZh/?lang=en>
8. Pravdiuk N., Koval L., Koval O., Lepetan I. Organization of accounting of assets, liabilities and results of the enterprise activities: monograph. Košice: *Vysoká škola bezpečnostného manažérstva v Košiciach*, 2023. 389 p. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/bitstreams/477f66f2-8bc4-4f57-91fb-7dd94e578e8f/download>
9. Priya M., Jayalakshmi G. Exploring Innovative Practices in Digital Human Resource Management. *Public Sector and Workforce Management in the Digital Age*. IGI Global Scientific Publishing. 2025. pp. 137-156. DOI: 10.4018/979-8-3373-1137-1.ch007
10. Saini J. P. S., Thakur A., Yadav D. AI-driven innovations in pharmaceuticals: optimizing drug discovery and industry operations. *RSC Pharmaceuticals*. 2025. T. 2. № 3. pp. 437-454. URL: <https://pubs.rsc.org/en/content/articlelanding/2025/pm/d4pm00323c>
11. Vegas-Gallo E. et al. Evaluation of Strategic Human Resource Management in Local Authorities: A Focus on Organizational Culture and Job Motivation. *WSEAS Transactions on Business and Economics*. 2025. T. 22. p. 1-11. DOI: 10.37394/23207.2025.22.1
12. Yüzbaşıoğlu M. A. Pharmacoeconomics and health economics in drug policy: a comprehensive review of cost-effectiveness and budget impact analyses. *Prospects in Pharmaceutical Sciences*. 2026. T. 24. № 1. pp. 61-70. URL: <https://prospects.wum.edu.pl/index.php/pps/article/view/544>
13. Алькема В.Г., Сегеда С.А. Функціональна декомпозиція логістичної системи лікувально-профілактичного закладу охорони здоров'я. *Економіка і організація управління*. 2025. С. 5-18. URL: <https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/16902>
14. Білецька І. Економічні основи менеджменту господарської діяльності у сфері охорони здоров'я. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*. 2025. T. 338. № 1. С. 364-369. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-338-53>
15. Буга Н., Боєнко О. Вплив маркетингових інструментів на поведінку споживачів медичних послуг. *Економіка та суспільство*. 2025. № 71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-157>
16. Живко З.Б., Стадник М.Є. Маркетингові інструменти стимулювання розвитку готельно-ресторанного бізнесу в умовах воєнного часу. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. № 7. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14876461>
17. Головчук Ю.О. Адаптація європейського досвіду впровадження цифрових технологій в освітні та медичні заклади України. Цифровізація як інструмент забезпечення якості надання освітніх послуг з урахуванням європейського досвіду [колективна монографія] за ред. А.В. Череп, І.М. Дашко, Ю.О. Огренич, О.Г. Череп: Запоріжжя: ФОП Мокшанов В.В., 2024. С. 240-289. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/24081>
18. Головчук Ю.О. Бренд лікаря як інструмент ефективного маркетингу в медицині. Матеріали IV міжн. наук.-практ. конференції «Стратегічні орієнтири сталого розвитку в Україні та світі». м. Чернігів, 20 березня 2025 р. С. 261-263. URL: <https://dspace.vnmu.edu.ua/123456789/10499>

19. Головчук Ю.О. Менеджмент конфліктів у закладах охорони здоров'я. Медіація та Університети 1.0: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (15 листопада 2024р., Чернівці) редкол.: Амелічева Л., Гаврилюк Р., Горецька Х., Романадзе Л. та ін. Чернівці: 2024. 520 с. С. 348-351. URL: <https://dspace.vnmu.edu.ua/123456789/9916>
20. Головчук Ю.О. Ключові фактори успішного функціонування сучасного медичного закладу. Матеріали VII міжн. наук.-практ. конференції «Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні». м. Вінниця. 01-02 березня 2025р. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/fiip/fiip2025/paper/viewFile/23238/19257>
21. Головчук Ю.О. Маркетингові дослідження та бізнес-консалтинг у соціальній сфері. Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. «Актуальні питання управління та адміністрування: регіональний, міжнародний та глобалізаційний аспекти», Чернігів, 22-23 травня. 2025 р. за ред. Дуки А. П. Чернігів : видавець ЗВО «Університет трансформації майбутнього», 2025. 158 с. С. 148-149. URL: <https://dspace.vnmu.edu.ua/123456789/10280>
22. Головчук Ю.О. Міжнародні чинники формування маркетингових стратегій медичного туризму України. Формування сталих соціально-економічних систем: міжнародні, національні та локальні аспекти розвитку : колект. Монографія. за ред.: В.Ю. Медвідь, Д.В. Дячкова, О.А. Галича, О.В. Калініченко, В.С. Лесюка. Полтава, 2026. Розд. 1.5. С. 51-80. URL: <https://dspace.vnmu.edu.ua/123456789/11671>
23. Головчук Ю.О. Розвиток менеджменту в сфері охорони здоров'я в умовах воєнного конфлікту в Україні. Матеріали XI міжнародної наук.-практ. дистанційної конференції «Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики». м. Харків. 21 березня 2024р. С. 168-174. https://mmf.nuph.edu.ua/wp-content/uploads/2024/03/zbirnik-konferencii-21.03.2024_10.04.pdf
24. Головчук Ю.О. Соціальна реклама і PR-технології як інструменти соціальної роботи. Матеріали III Міжнародної наук.-практ. конф. «Сучасні технології маркетингу». 21 травня 2026 р. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2026. 274 с. С. 164-167. URL: <https://dspace.vnmu.edu.ua/123456789/11804>
25. Головчук Ю.О. Фінансовий облік і інформаційне забезпечення маркетингу медичних послуг. Матеріали III Міжнародної наук.-практ. конф. «Сучасні технології маркетингу». 21 травня 2026 р. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2026. 274 с. С. 247-250. URL: <https://dspace.vnmu.edu.ua/123456789/11806>
26. Головчук Ю.О. Цифровізація медицини як ключовий фактор ефективного управління закладами охорони здоров'я. Цифрова трансформація економіки України шляхом інтеграції європейського досвіду в умовах війни та повоєнного відновлення : колективна монографія / за ред. А. В. Череп, І. М. Дашко, Ю. О. Огренич, О. Г. Череп, В. М. Гельман. Рига, Латвія: Baltija Publishing, 2025. 396 с. С. 113-162. URL: <https://dspace.vnmu.edu.ua/123456789/10185>
27. Головчук Ю.О., Вергелес К.М., Назарчук О.А., Ночвіна О.А., Мазур Г.М. Інновації в електронній охороні здоров'я як складова менеджменту в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. № 2. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.2.61>
28. Головчук Ю.О., Галаченко О.О., Палагнюк Г.О., Трет'яков М.С. Стратегії менеджменту для впровадження цифрових технологій у сфері охорони здоров'я. *Ефективна економіка*. 2025. № 1. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.1.7>

29. Головчук Ю.О., Галаченко О.О., Мазур Г.М., Герасимюк К.Х. Соціально-економічний підхід до функціонування соціальної сфери в умовах консалтингової підтримки. *Ефективна економіка*. 2026. № 2. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.2.46>

30. Головчук Ю.О., Галаченко О.О., Ночвіна О.А., Дибчук Л.В., Мазур Г.М. Кадровий менеджмент та стратегічне планування у сфері охорони здоров'я в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. № 1. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.1.44>

31. Головчук Ю.О., Голод А.П., Мороз С.Р., Дудаш О.І. Модернізація санаторно-курортного господарства як чинник маркетингової політики регіонального розвитку туризму. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*. 2022. №9. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-9-8235>

32. Головчук Ю.О., Карачина Н.П., Дибчук Л.В., Рисинець Т.П., Середницька Л.П. Роль менеджменту у забезпеченні транспарентності як основного принципу маркетингу у медичній сфері. *Ефективна економіка*. 2025. № 2. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.2.22>

33. Головчук Ю.О., Карачина Н.П., Ночвіна О.А. Роль маркетингового консалтингу в системі бізнес-консалтингових послуг. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. № 11. С. 7-13. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.11.7>

34. Головчук Ю.О., Лепетан І.М. Оцінка ефективності використання фінансових ресурсів закладу охорони здоров'я. Матеріали XIV міжнар. наук.-практ. конф. «Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики» 12 вересня 2025 р. Одеса: ОНЕУ, 2025. 585 с. С. 323-324. URL: <https://dspace.vnmu.edu.ua/123456789/10326>

35. Головчук Ю.О., Лепетан І.М., Заїчко Н.В., Романенко С.В. Облікове забезпечення управління витратами в закладах охорони здоров'я в умовах автоматизації, стандартизації та внутрішнього аудиту. *Інвестиції: практика та досвід*. 2026. № 10. С. 109-116. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2026.10.109>

36. Головчук Ю.О., Лепетан І.М., Дибчук Л.В., Герасимюк К.Х., Сметанюк О.А. Управління оборотними матеріальними ресурсами підприємства в системі забезпечення його конкурентоспроможності. *Ефективна економіка*. 2026. № 5. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.5.9>

37. Головчук Ю.О., Мазур Г.М. Цифрові технології в управлінні закладами охорони здоров'я. Кращі практики цифровізації в ЄС та цифрова трансформація економіки України : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Запоріжжя, 19 лист. 2024 р. Запоріжжя, 2024. С. 9599. URL: <https://dspace.vnmu.edu.ua/123456789/6710>

38. Головчук Ю.О., Осадчук А.Ю. Комунікаційна політика під час кризових ситуацій. Матеріали VII Міжнародної міжгалузевої наук.-практ. онлайн-конф. «Культура, наука, освіта: смисложиттєві цінності в сучасних умовах». Київ, 25-31 березня 2026 року. Київ : Інститут обдарованої дитини НАПН України, 2026. 1 736 с. С. 75-77. URL: <https://dspace.vnmu.edu.ua/123456789/11788>

39. Головчук Ю.О., Паламаренко Я.В. Маркетингові дослідження соціальної сфери. Матеріали III Міжнародної наук.-практ. конф. «Сучасні технології маркетингу». 21 травня 2026 р. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2026. 274 с. С. 167-170. URL: <https://dspace.vnmu.edu.ua/123456789/11805>

40. Головчук Ю.О., Паламаренко Я.В., Карачина Н.П., Романенко С.В. Маркетинг і консалтинг у соціальній сфері та бізнесі в умовах цифрової трансформації. *Інвестиції: практика та досвід*. 2026. № 8. С. 95-102. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2026.8.95>
41. Головчук Ю.О., Паламаренко Я.В., Лепетан І.М. Комунікаційний менеджмент як складова стратегічного управління організацією. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. №13. С. 31-38. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.13.31>
42. Головчук Ю.О., Паламаренко Я.В., Лепетан І.М. Операційний менеджмент як інструмент реалізації стратегічного управління. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. № 15. С. 33-40. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.15.33>
43. Головчук Ю.О., Паламаренко Я.В., Рисинець Т.П. Формування психологічної стійкості кадрів в умовах стратегічних змін. *Ефективна економіка*. 2025. № 7. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.7.14%20>
44. Головчук Ю.О., Паламаренко Я.В., Рисинець Т.П. Кадровий потенціал і психологічна ефективність у системі проєктного управління. *Бізнес Інформ*. 2025. № 7. С. 266-277. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-7-266-277>
45. Головчук Ю.О., Поліщук С.С., Ночвіна О.А., Палагнюк Г.О. Кадрове забезпечення публічного управління в системі соціального менеджменту. *Ефективна економіка*. 2026. № 3. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.3.17>
46. Головчук Ю.О., Середницька Л.П. Контент-маркетинг як дієвий інструмент просування бізнесу. Словаччина. *Scientific Letters of International Academic Society of Michal Baludansky*. Slovakia. Volume 10, № 1. 2022. P.35-39.
47. Головчук Ю.О., Стасенко А. О. Діджитал інструменти у сфері інтернет-маркетингу. Міжнародна транспортна інфраструктура, індустріальні центри та корпоративна логістика: матеріали двадцятої наук.-практ. міжнар. конф. (6-7 червня 2024 р. м. Харків). Харків: УкрДУЗТ, 2024. С. 196-198. URL: <http://lib.kart.edu.ua/handle/123456789/24400>
48. Головчук Ю.О., Щерба І.Ю., Бурдейний О.О. Роль комунікативного менеджменту в побудові довіри між пацієнтами та медичним персоналом. Всеукраїнська наук.-практ. конференція «Слобожанські наукові читання: соціально-економічні та гуманітарно-правові виміри» 24-25 жовтня 2024 р. м. Харків. С. 83-86. URL: <https://dspace.vnmu.edu.ua/123456789/10498>
49. Головчук Ю. О., Драч Я. Цифровий маркетинг в охороні здоров'я: сучасні тенденції та виклики на фармацевтичному ринку. Матеріали XI міжнародної наук.-практ. дистанційної конференції «Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики». м. Харків. 21 березня 2024р. С. 174-183. URL: https://mmf.nuph.edu.ua/wp-content/uploads/2024/03/zbirnik-konferencii-21.03.2024_10.04.pdf
50. Графська О. Сучасні тенденції управління закладами охорони здоров'я: аналіз світового досвіду. *Економіка та суспільство*. 2025. № 71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-113>
51. Дибчук Л. В., Головчук Ю. О., Середницька Л. П. Застосування цифрових технологій для оптимізації сучасних логістичних систем. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2024. № 86. С. 76-86. DOI: <https://doi.org/10.18664/btie.86.309953>

52. Карачина Н.П., Головчук Ю.О., Дихніч Д.П. Вітчизняні та зарубіжні доробки оцінювання ефективності бренду підприємств. *Бізнес-навігатор*. 2025. № 80. С. 477-481. DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.80-80>
53. Коростова І., Гержан Р. Виклики сучасної соціальної відповідальності менеджменту. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2025. Т. 1. № 15. С. 152-161. URL: <https://www.journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/395>
54. Макогін З.Я., Атаманчук З.А., Дідович І.І. Особливості кризового менеджменту у розвинених країнах світу. *Економіка і організація управління*. 2025. С. 33-41. DOI: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2024.4.4>
55. Лепетан І.М. Бренд-менеджмент та комунікаційні стратегії в охороні здоров'я: ключові аспекти та значення. *Ефективна економіка*. 2025. № 1. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.1.34>
56. Лепетан І.М. Організація діловодства в управлінській діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. DOI: [10.32782/2524-0072/2022-39-49](https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-49)
57. Лепетан І.М., Гайворонюк О.О. Основні елементи системи управління витратами підприємства. *Ефективна економіка*. 2024. № 2. DOI: [10.32702/2307-2105.2024.2.69](https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.2.69)
58. Марценюк В.В. Логістика закладів системи охорони здоров'я України. *Управління змінами та інновації*. 2025. № 13. С. 93-97. URL: <https://cmi.politehnica.zp.ua/index.php/journal/article/view/201>
59. Невгадовська П. М., Трущенко Л. В. Тайм-менеджмент у роботі медичних працівників. *The 2nd International scientific and practical conference «Innovative technologies for training and educating young people»*. Boston, USA. International Science Group. 2025. 309 p. 2025. С. 153-156. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/bitstreams/3223a32f-94ee-4e7c-9979-8eadf1d09807/download>
60. Онікієнко Н. Управлінські стратегії для досягнення глобальних цілей сталого розвитку: роль менеджменту в реалізації глобальних ініціатив. *Економічний простір*. 2025. № 197. С. 100-106. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.197.100-106>
61. Рудніченко Є., Гарбузюк О., Рудніченко М., Стратійчук А. Розвиток системи охорони здоров'я України: макро-та мікрорівень управління. *Development Service Industry Management*. 2025. № 1. С. 8-14. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2025-9\(1\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2025-9(1))
62. Сергета І.В., Головчук Ю.О., Назарчук Г.Г., Трет'яков М.С. Державно-приватне партнерство у системі фінансового забезпечення соціальної політики. *Інвестиції: практика та досвід*. 2026. № 3. С. 45-54. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2026.3.45>
63. Ткаченко Н.О., Панькевич О.Б., Громовик Б.П. Проблемні аспекти кадрового забезпечення вітчизняного аптечного сегмента в контексті фармацевтичної безпеки. *Актуальні питання фармацевтичної і медичної науки та практики*. 2025. Т. 18, №1(47). С. 75-82. DOI: [10.14739/2409-2932.2025.1.320793](https://doi.org/10.14739/2409-2932.2025.1.320793)
64. Хмурова В., Волкова Я. Вдосконалення системи якості менеджменту персоналу у сфері охорони здоров'я в Україні. *Сталий розвиток економіки*. 2023. № 1 (46). С. 135-140. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2023-46-19>

9. Інформаційні ресурси

1. Електронна адреса сайту університету: <http://vnmu.edu.ua>
2. Електронна адреса сайту бібліотеки ВНМУ. URL: <http://library.vnmu.edu.ua>
3. Електронна адреса сайту кафедри.
URL: <https://www.vnmu.edu.ua/department/department/64#>
4. Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 01.12.2022 № 2811-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text>
5. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>
6. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1996 № 236/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-вр#Text>
7. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 № 1023-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
8. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15.12.1993 № 3689-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text>
9. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр#Text>
10. Електронна система охорони здоров'я в Україні. eHealth. URL: <https://ehealth.gov.ua/>
11. Центр громадського здоров'я МОЗ України. URL: <https://phc.org.ua/kontrol-zakhvoryuvan>
12. МОЗ України. База знань кращих практик. Менеджмент. URL: <https://moz.gov.ua/menedzhment>
13. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
14. Державна науково-педагогічна бібліотека України ім. В. О. Сухомлинського. URL: <http://www.dnpb.gov.ua/>
15. Наукова бібліотека Харківського національного медичного університету. URL: <https://libr.knmu.edu.ua/>
16. Prometheus – найбільша платформа онлайн-курсів в Україні. URL: <https://prometheus.org.ua/>
17. Студія онлайн-освіти Educational Era. URL: <https://ed-era.com>
18. Дія. Освіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua>
19. Освітня онлайн-платформа. URL: <https://sendpulse.ua>
20. Платформа онлайн-освіти. URL: <https://impactorium.org>
21. Освітній хаб – EduHub.in.ua. URL: <https://eduhub.in.ua>
22. Українська Асоціація маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/>
23. Спілка рекламистів України. URL: <http://reklamspilka.in.ua/ukr/264/>
24. Інтернет-портал для управлінців. URL: <https://www.management.com.ua/>

Силабус з освітнього компонента «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг» обговорено та затверджено на засіданні кафедри менеджменту та маркетингу.

Протокол № 1 від « 28 » серпня 2026 року.

Відповідальний за курс

к.н. з держ.упр. Костянтин ГЕРАСИМЮК

Завідувач кафедри

менеджменту та маркетингу

д.е.н. Юлія ГОЛОВЧУК