

**Каталог вибірових дисциплін
для студентів фармацевтичного факультету
на 2022-2023 н.р.**

6 курс заочна форма навчання	
Назва дисципліни	Бренд-менеджмент
Кафедра	фармації
Науково-педагогічні працівники, які викладатимуть дисципліну	Грешко Ю.І., Шлюсар О.І.
Короткий опис змісту дисципліни	<p><i>Мета:</i> формування системи професійно-компетентних знань і навичок у студентів щодо технологій створення та управління брендами, розуміння концептуальних засад системного управління діяльністю у сфері брендингу, набуття умінь підготовки і прийняття управлінських рішень у цій галузі діяльності.</p> <p><i>Результати навчання:</i></p> <p>ПРЗ 2. Застосовувати знання з загальних та фахових дисциплін у професійній діяльності.</p> <p>ПРЗ 5. Позиціонувати свою професійну діяльність та особистісні якості на фармацевтичному ринку праці; формулювати цілі власної діяльності з урахування суспільних і виробничих інтересів.</p> <p>ПРЗ 7. Виконувати професійну діяльність з використанням креативних методів та підходів.</p> <p>ПРЗ 12. Аналізувати інформацію, отриману в результаті наукових досліджень, узагальнювати, систематизувати й використовувати її у професійній діяльності.</p> <p>ПРФ 9. Здатність розробляти, впроваджувати та застосовувати підходи менеджменту у професійній діяльності аптечних, оптово-посередницьких, виробничих підприємств та інших фармацевтичних організацій відповідно до принципів Належної практики фармацевтичної освіти та Глобальної рамки FIP.</p> <p>ПРФ 10. Здатність організувати і здійснювати загальне та маркетингове управління асортиментною, товарно-інноваційною, ціновою, збутовою та комунікативною політиками суб'єктів фармацевтичного ринку на основі результатів маркетингових досліджень та з урахуванням ринкових процесів на національному і міжнародному ринках.</p>
Забезпечення загальних та професійних компетентностей	<p><i>Загальні компетентності</i></p> <p>ЗК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 4. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, вчитися і бути сучасно навченим.</p> <p>ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 10. Здатність до вибору стратегії спілкування, здатність працювати в команді та з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності.</p> <p>ЗК 12. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p>

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності.

ФК 1. Здатність використовувати у професійній діяльності знання нормативно-правових, законодавчих актів України та рекомендацій належних фармацевтичних практик.

ФК 10. Здатність організувати і здійснювати загальне та маркетингове управління асортиментною, товарно-інноваційною, ціновою, збутовою та комунікативною політиками суб'єктів фармацевтичного ринку на основі результатів маркетингових досліджень та з урахуванням ринкових процесів на національному і міжнародному ринках.