

Каталог вибірових дисциплін
для студентів фармацевтичного факультету
на 2023-2024 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	<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. <i>Результати навчання:</i> ПРЗ 2. Застосовувати знання з загальних та фахових дисциплін у професійній діяльності. ПРЗ 5. Позиціонувати свою професійну діяльність та особистісні якості на фармацевтичному ринку праці; формулювати цілі власної діяльності з урахування суспільних і виробничих інтересів. ПРЗ 7. Виконувати професійну діяльність з використанням креативних методів та підходів. ПРЗ 12. Аналізувати інформацію, отриману в результаті наукових досліджень, узагальнювати, систематизувати й використовувати її у професійній діяльності. 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. ПРФ 10. Здатність організовувати 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.

Забезпечення загальних та професійних компетентностей	<i>Загальні компетентності</i> ЗК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, вчитися і бути сучасно навченим. ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК 10. Здатність до вибору стратегії спілкування, здатність працювати в команді та з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності. ЗК 12. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. <i>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності.</i> ФК 1. Здатність використовувати у професійній діяльності знання нормативно-правових, законодавчих актів України та рекомендацій належних фармацевтичних практик. ФК 10. Здатність організовувати 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.
---	--