

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 6 «ОСНОВИ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА У ФАРМАЦІЇ»
Рівень ВО	Другий (магістерський)
Назва спеціальності / освітньо-професійної програми	Спеціальність: 226 Фармація, промислова фармація / ОПП Фармація
Форма навчання	денна
Курс, семестр, протяжність	2-й курс, 2-й семестр, тривалість: один семестр
Семестровий контроль	залік
Обсяг годин (усього, з них: лекції / практичні)	усього 120 год., з них: лекції – 14 год., практичні – 28 год.
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	кафедра органічної хімії та фармації
Автор освітнього компонента	Захарко Наталія Володимирівна , кандидат фармацевтичних наук
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Навчальна дисципліна пов'язана з такими дисциплінами як соціологія, психологія. Базується на вивченні етики та деонтології у фармації, філософії, культури наукової мови. Є базою для наступного вивчення вступу у фармацію, безпеки життєдіяльності, основ біоетики та біобезпеки; фармацевтичного права та законодавства, організації та економіки фармації, системи якості у фармації. Інтегрується з дисципліною менеджмент та маркетинг у фармації
Що буде вивчатися	Предметом вивчення навчальної дисципліни «Основи поведінки споживача у фармації» є основні закономірності спілкування як виду людської діяльності та вивчення процесів прийняття рішень споживачем про купівлю товару, внутрішніх і зовнішніх процесів і факторів, які його визначають
Чому це цікаво / треба вивчати	Вивчення курсу надає можливість студентам набути знання про основні закономірності спілкування як виду людської діяльності та формування у студентів комунікативних якостей, вмінь та навичок як складової психологічної компетентності фахівця фармацевтичної галузі, формування у здобувачів вищої освіти уявлення про поведінку споживача як про дієвий процес і можливість застосування набутих навичок у професійній діяльності з обслуговування споживача у подальшому
Чому можна навчитися (результати навчання)	Результатами навчання є знання про основні законодавчі та нормативні акти, що регулюють фармацевтичну діяльність; закладені основи фармацевтичної етики, деонтології, опіки, профілактики, допомоги у відповідності до норм Етичного кодексу фармацевта та Належних фармацевтичних практик
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Після вивчення навчальної дисципліни студент буде знати: основи використання інформаційних і комунікаційних технологій; основи стратегії спілкування зі споживачами, колективом, медичними представниками і ін. спеціалістами; свої права і обов'язки як члена суспільства, громади, колективу; основні вимоги чинного законодавства щодо ведення фармацевтичної практики та діяльності. Студент буде вміти: проводити консультування щодо безрецептурних лікарських засобів й інших товарів аптечного асортименту; фармацевтичну опіку під час вибору та реалізації

	<p>безрецептурного лікарського засобу шляхом оцінки співвідношення ризик/користь, сумісності, показань та протипоказань керуючись даними про стан здоров'я конкретного хворого із врахуванням біофармацевтичних, фармакокінетичних, фармакодинамічних та фізико-хімічних особливостей лікарського засобу та інших товарів аптечного асортименту; вирішувати практичні проблеми у професійній фармацевтичній діяльності із застосуванням положень, теорій та методів фундаментальних, хімічних, технологічних, біомедичних та соціально-економічних наук; організувати діяльність аптеки із забезпечення населення, закладів охорони здоров'я лікарськими засобами та іншими товарами аптечного асортименту; проводити аналіз соціально-економічних процесів у фармації, форм, методів і функцій системи фармацевтичного забезпечення населення та її складових у світовій практиці, показників потреби, ефективності та доступності фармацевтичної допомоги в умовах медичного страхування та реімбурсації вартості лікарських засобів; демонструвати та застосовувати у практичній діяльності комунікативні навички спілкування, фундаментальні принципи фармацевтичної етики та деонтології, що засновані на моральних зобов'язаннях та цінностях, етичних нормах професійної поведінки та відповідальності відповідно до законодавчих та нормативних актів, що регулюють належну фармацевтичну діяльність; сприяти збереженню здоров'я, зокрема профілактиці захворювань, раціональному призначенню та використанню лікарських засобів.</p>
Інформаційне забезпечення	<ol style="list-style-type: none"> 1. Мнушко З.М. Маркетингові дослідження: метод. рек. до практ. занять / З.М. Мнушко, А.Б. Ольховська, О.В. Шуванова. Х.: НФаУ, 2011. 84 с. 2. Ольховська А.Б. Поведінка споживача: методичні рекомендації до практичних занять / А.Б. Ольховська. Х.: НФаУ, 2015. 54 с. 3. Окландер М.А. Поведінка споживача. [текст] : навч. посіб. / М.А. Окландер, І.О. Жарська. К.: «Центр учбової літератури», 2014. 208 с. 4. Войчак А.М. Маркетингові дослідження : підруч. / А.М. Войчак, А.В. Федорченко. К.: КНЕУ, 2007. 408 с. 5. Ілляшенко С.М. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / С.М. Ілляшенко, М.Ю. Баскакова; за ред. д-ра екон. наук, проф. С.М. Ілляшенка. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 192 с.
Web-посилання на (опис освітнього компонента) силабус освітнього компонента на веб-сайті факультету	<p>https://vnu.edu.ua/uk/faculties-and-institutions/fakultet-khimii-ekologii-ta-farmacii</p>
Здійснити вибір	<p>«ПС-Журнал успішності-Web»</p>