

<b>Студијски програм: Интегрисане академске студије - Фармација</b>			
<b>Назив предмета: Маркетинг у фармацији</b>			
Наставник/наставници: проф. др Предраг Цодић			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 3			
Шифра предмета: Ф55206			
Услов: Нема			
<b>Циљ предмета</b>			
Упознавање студента са општим и основним принципима савременог маркетинга различитих категорија фармацеутских производа. Разумевање специфичности маркетинга у фармацији и упознавање са законском регулативом. Увиђање значаја маркетинга за савремено пословање па и фармацеутско тржиште роба и фармацеутских услуга и препознавање вредности за друштво, привреду и појединца.			
<b>Исход предмета</b>			
Студент ће разумети значај и специфичности фармацеутског маркетинга. Овладаће основним методама маркетинг понашања на фармацеутском тржишту нових и генеричких лекова, разумеће тржиште здравственог сектора и савладаће основне вештине организовања/управљања фармацеутским маркетингом уз познавање актуелних стандарда у овој области. Студент ће моћи да примени и интегрише фармацеутска научна знања и вештине са знањима из маркетинга за конкурентно пословање апотеке.			
<b>Садржај предмета</b>			
<i>Теоријска настава</i>			
Теоријско разматрање маркетинга и његових основних метода. Критичка анализа савремених маркетиншких кодекса и законске регулативе. Објашњење специфичности маркетинга фармацеутских производа. Тумачење маркетинг концепта фармацеутских производа и социјалних вредности (методе и стратегије у фармацеутском маркетингу). Примена добре пракса у дистрибуцији фармацеутских производа и значај примене информационих технологија.			
<i>Практична настава</i>			
Панел дискусије о примени маркетиншких метода у пракси. Панел дискусије и анализа примера у вези оглашавања лекова. Анализа постојећих кодекса о маркетингу фармацеутских производа и услуга. Примена маркетиншких стратегија и метода у одабраним групама фармацеутских производа.			
<b>Литература</b>			
1. Љиљана Тасић, Фармацеутски менаџмент и маркетинг, Друго издање, Плацебо, Београд, 2007. 2. Marie A. Chisholm-Burns, Allison M. Vaillancourt, Marv Shepherd. Pharmacy Management, Leadership, Marketing, and Finance. Jones & Bartlett Publishers, Sudbury, 2012.			
<b>Број часова активне наставе: 45</b>		<b>Теоријска настава: 30</b>	<b>Практична настава: 15</b>
<b>Методe извођења наставе</b>			
– Интерактивна теоријска настава – Практична настава (панел дискусије) – Семинари – Консултације			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>60 поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>40 поена</b>
активност у току предавања	5	писмени испит	40
практична настава	20	усмени испит	0
колоквијум	10		
семинари	25		