****

### თბილისის ჰუმანიტარული სასწავლო უნივერსიტეტი

**TBILISI HUMANITARIAN TEACHING UNIVERSITY**

**სილაბუსი**

|  |  |
| --- | --- |
| **სასწავლო კურსის დასახელება** | **ფარმაცევტული მენეჯმენტისა და მარკეტინგის პრინციპები** |
| **სასწავლო კურსის კოდი** | **PHARM33** |
| **სასწავლო კურსის სტატუსი** | ჯანდაცვის ფაკულტეტი, საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამა – “ფარმაცია”, VI სემესტრი, სავალდებულო |
| **ECTS** | **5 კრედიტი: 125 საათი. საკონტაქტო 48 სთ.:** ლექცია-15 საათი**;** სამუშაო ჯგუფი- 30 სთ. შუალედური გამოცდა - 1 სთ. დასკვნითი გამოცდა - 2 სთ.; დამოუკიდებელი მუშაობის 77 სთ. |
| **ლექტორი**  | ირმა დიხამინჯია , თჰუ-ს პროფესორი, ეკონოიკის დოქტორიმერაბ ლეკვეიშვილი, ფარმაციის დოქტორი, თჰუ-ს ასოცირებული პროფესორი, ტელ.577410200ელ.ფოსტა-mba-aloefarm@mail.ruკონსულტაციის დღეები: ყოველ კვირას, კონსულტაციების ცხრილის მიხედვით. |
| **სასწავლო კურსის მიზანი** | **სასწავლო კურსის მიზანია სტუდენტს შეასწავლოს:** ფარმაცევტული საქმიანობის მენეჯმენტის საფუძვლები, მისი სტრატეგია და ტაქტიკა, როგორც ორგანიზაციის წარმატებული ფუნქციონირების განმსაზღვრელი ერთ–ერთი ძირითადი კრიტერიუმი; მისცეს თეორიული ცოდნა და გამოუმუშაოს ეთიკისა და ქცევის სტანდარტები, რომელიც უზრუნველყოფს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სწორ პრაქტიკას; შეასწავლოს ფარმაცევტული დაწესებულებებისა და მისი სტრუქტურული ერთეულების მართვის პრინციპები საბაზრო ეკონომიკის პირობებში; ჩამოუყალიბოს პრაქტიკულ საქმიანობაზე ორიენტირებული უნარ–ჩვევები, რომელიც დაეხმარება მას პროფესიულ ზრდასა და თეორიული ცოდნის პრაქტიკულად რეალიზებაში; შეასწავლოს მარკეტინგის საფუძვლები, მისი სტრატეგია და ტაქტიკა, ჩამოუყალიბოს პრაქტიკულ საქმიანობაზე ორიენტირებული უნარ–ჩვევები, რომელიც დაეხმარება მას პროფესიულ ზრდასა და თეორიული ცოდნის პრაქტიკულად რეალიზებაში. |
| **დაშვების წინაპირობა** | ბიოეთიკა, საზოგადოებრივი ჯანდაცვა, ჯანდაცვის მენეჯმენტი |
| **სტუდენტის შეფასების სისტემა** | **თბილისის ჰუმანიტარული სასწავლო უნივერსიტეტში არსებული შეფასების სისტემა შემდეგ კომპონენტებზე იყოფა:**შეფასების საერთო ქულიდან (100 ქულა) შუალედური შეფასების ხვედრითი წილი შეადგენს ჯამურად 60 ქულას, რომელშიც მოიაზრება სამჯერადი შეფასება: სტუდენტის აქტივობა სასწავლო სემესტრის განმავლობაში-**30 ქულა;****ერთი შუალედური გამოცდა- 30 ქულა;**ხოლო **დასკვნითი გამოცდის** ხვედრითი წილი შეადგენს **40 ქულას.** შუალედური შეფასებების კომპონენტში მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი ჯამურად შეადგენს მინიმუმ **11 ქულას.** დასკვნითი შეფასების მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი შეადგენს დასკვნითი შეფასების საერთო ჯამის **50%-ს** ანუ **20 ქულას** **40 ქულიდან.****შეფასების სისტემა უშვებს:**ა) **ხუთი სახის დადებით შეფასებას:**ა.ა) **(A) ფრიადი** – შეფასების 91-100 ქულა;ა.ბ) (**B) ძალიან კარგი** – მაქსიმალური შეფასების 81-90 ქულა; ა.გ) (**C) კარგი –** მაქსიმალური შეფასების 71-80 ქულა;ა.დ) **(D) დამაკმაყოფილებელი** – მაქსიმალური შეფასების 61-70 ქულა; **ა.ე) (E) საკმარისი** – მაქსიმალური შეფასების 51-60 ქულა.**ბ) ორი სახის უარყოფით შეფასებას:****ბ.ა) (FX) ვერ ჩააბარა** – მაქსიმალური შეფასების 41-50 ქულა, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტს ჩასაბარებლად მეტი მუშაობა სჭირდება და ეძლევა დამოუკიდებელი მუშაობით დამატებით გამოცდაზე ერთხელ გასვლის უფლება;**ბ.ბ) (F) ჩაიჭრა** – მაქსიმალური შეფასების 40 ქულა და ნაკლები, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტის მიერ ჩატარებული სამუშაო არ არის საკმარისი და მას საგანი ახლიდან აქვს შესასწავლი.1. ერთ-ერთი უარყოფით შეფასების: (FX) ვერ ჩააბარა -ს მიღების შემთხვევაში სასწავლო უნივერსიტეტი ნიშნავს დამატებით გამოცდას დასკვნითი გამოცდის შედეგების გამოცხადებიდან არანაკლებ 5 დღეში და აისახება საგამოცდო ცხრილში.
2. დამატებით გამოცდაზე მიღებული შეფასება არის სტუდენტის საბოლოო შეფასება, რომელშიც არ მოიაზრება ძირითად დასკვნით გამოცდაზე მიღებული უარყოფითი ქულა.

თუ სტუდენტმა დამატებით გამოცდაზე მიიღო 0-დან 50 ქულამდე, საბოლოო საგამოცდო უწყისში სტუდენტს უფორმდება შეფასება (F) -0 ქულა. |
| **სასწავლო კურსის შინაარსი** | იხილეთ დანართი 1 |
| **შეფასების ფორმები, მეთოდები, კრიტერიუმები/****აქტივობები** | ამ საგნის შეფასება პირველი კომპონენტიდან (აქტიურობიდან) მოიცავს:**1)** სამუშაო ჯგუფში/პრაქტიკულ მეცადინეობაზე **აქტივობას (15 ქულა),** რაცფასდება მიმდინარე ზეპირი გამოკითხვით ყოველ შეხვედრაზე, სემესტრის განმავლობაში 15-ჯერ, თითოეული შეფასების კრიტერიუმებია:1,0 ქულა: სტუდენტს ამომწურავად აქვს მასალა მომზადებული, დასმულ შეკითხვებზე პასუხობს სრულყოფილად.0, 5ქულა: სტუდენტს მომზადებული აქვს მასალა,თუმცა დასმულ შეკითხვებზე პასუხობს არა სრულყოფილად. 0 ქულა: სტუდენტი მოუმზადებელია. დასმულ შეკითხვებზე ვერ პასუხობს.**2) პრეზენტაცია,** სემესტრში ტარდება 2 პრეზენტაცია- ერთი პრეზენტაცია ფასდება 5 ქულით**პრეზენტაციის შეფასების კრიტერიუმებია:****ა)პრეზენტაციის შინაარსობრივი მხარე, წყაროების გამოყენება- 2 ქულა**პრეზენტაციას გააჩნია სრული მონაცემები, აღინიშნება სხვადასხვა წყაროების დიდი რაოდენობით გამოყენება, თემა სრულად არის გაშუქებული, -**2 ქულა;**შეზღუდულია მონაცემები, დასკვნები არ არის გაკეთებული, ნაკლები წყაროა გამოყენებული -**1 ქულა;**საერთოდ არ არის არც ერთი წყარო გამოყენებული, შინაარსი არ არის სწორად გადმოცემული-**0 ქულა.****ბ)პრეზენტაციის დიზაინი (გაფორმება)-1 ქულა**გაფორმების ყველა პუნქტი დაცულია, პრეზენტაციის ფონი კარგად აღიქმება, სლაიდები პრეზენტაციის თემის შესაბამისია, სლაიდების გაფორმებაში გამოყენებულია სხვდასხვა სახის საშუალებები: ანიმაციები, სურათები და სხვ. ობიექტები-**1 ქულა;**ტიტული არ არის გაფორმებული, არც ერთი პუნქტი არ არის სწორად მითითებული, სლაიდები და გაფორმების სხვა საშუალებები არ არის გამოყენებული-**0 ქულა.****გ)პრეზენტაციის ტექნოლოგია/კონტაქტი აუდიტორიასთან- 2 ქულა**კონტაქტი აუდიტორიასთან დამყარებულია და ეფექტურია, მეტყველება სწორი, კარგი და საინტერესოა, აუდიტორიის რეაქცია ადეკვატურია-**2 ქულა;**კონტაქტი აუდიტორიასთან სუსტია, ხანდახან უინტერესო, პრობლემების წამოჭრა არ ხდება, აუდიტორია განიცდის სირთულეს პრეზენტატორისა და პრეზენტაციის აღქმის პროცესში-**1 ქულა;**კონტაქტი პრეზენტატორსა დ აუდიტორიას შორის დაკარგულია, აუდიტორია ვერ აღიქვამს პრეზენტაციას-**0 ქულა.****3. ქვიზი - მაქსიმუმ 5 ქულა**სემესტრის განმავლობაში ტარდება ერთხელ, პრაქტიკული მეცადინეობის დროს (სამუშაო ჯგუფში მუშაობის დროს) სტუდენტებს მიეწოდებათ დავალება, ქვიზი ფასდება მაქსიმუმ 5 ქულით შემდეგი კრიტერიუმების შესაბამისად.**ქვიზის შეფასების კრიტერიუმებია:****5 ქულა** - ნაშრომი სრულყოფილად პასუხობს დავალებას, აზრი გამართულად და ლოგიკურად არის გადმოცემული;**4 ქულა** - ნაშრომი სრულყოფილად პასუხობს დავალებას, თუმცა დაშვებულია გარკვეული უზუსტობები, აზრი ზოგადად გამართულად და ლოგიკურად არის გადმოცემული;**3-2 ქულა** - ნაშრომი პასუხობს დავალებას, თუმცა არასრულყოფილია. აზრი გასაგებია, თუმცა გადმოცემისას დაშვებულია გარკვეული შეცდომები.**2-1 ქულა** - ნაშრომი პასუხობს დავალებას, თუმცა მოიცავს არსებითი ხასიათის შეცდომებს. აზრი გაუმართავია და ლოგიკა მოითხოვს დახვეწას. **0 ქულა** - დავალება არ არის შერულებული/ნაწერი არ პასუხობს დავალებას.**შუალედური გამოცდა** ტარდება ტესტირებული (დახურული კითხვები, რამდენიმე არჩევანით, სადაც ერთი პასუხია სწორი) ფორმით, მაქსიმალური 30 ქულა. ყოველი სწორი პასუხი ფასდება 1 ქულით, არასწორი პასუხი-0 ქულით.**დასკვნითი გამოცდა** კომბინირებულია და ტარდება ზეპირი და წერითი წესით (თითოეული 20-20 ქულა):.**ზეპირი კომპონენტი** შედგება 4 დახურული საკითხისაგან/თემისგან პროგრამული მასალიდან, თითოეული საკითხი/თემა ფასდება 0-5 ქულით, რომლის შეფასების კრიტერიუმებია:**5ქულა**: საკითხი გაშუქებულია სრულყოფილად; სტუდენტი ერუდირებულია, გააჩნია გამორჩეული ლოგიკური და დამოუკიდებელი მსჯელობის უნარი; აქვს მასალის კომპაქტურად გადმოცემის უნარი.**4ქულა:** საკითხი სრულადაა გაშუქებული. სტუდენტი ზედმიწევნით ამჟღავნებს დამოუკიდებელი მსჯელობისა და დასკვნის გაკეთების უნარს, უშვებს უმნიშვნელო ხასიათის შეცდომებს.**3 ქულა**: საკითხი არაა სრულყოფილად გაშუქებული, არის ფაქტობრივი უზუსტობები; სტუდენტის დამოუკიდებელი მსჯელობისა და დასკვნის გაკეთების უნარი დამაკმაყოფილებელია. **2ქულა**: სტუდენტი ფრაგმენტულად ფლობს პროგრამით გათვალისწინებულ მასალას, არის ბევრი ფაქტობრივი უზუსტობა; სტუდენტს არასაკმარისად აქვს ათვისებული ძირითადი ლიტერატურა. დასკვნებს ვერ აყალიბებს. **1ქულა**: სტუდენტი, ფაქტობრივად, ვერ ფლობს პროგრამით გათვალისწინებულ მასალას; უშვებს არსებით შეცდომებს. დასკვნები არა აქვს. **0 ქულა** - საკითხის ზეპირად გადმოცემა არ შეუძლია.წერითი კომპონენტი ტარდება ტესტირებული ფორმით. ტესტი შედგება 20 ღია კითხვისგან. თითოეულ კითხვაზე • თითოეული სწორი პასუხი – ფასდება 1,0 ქულით, • თითოეული არასწორი პასუხი/უპასუხო/ან სხვა კითხვის პასუხი - 0 ქულით. |
| **სავალდებულო ლიტერატურა** | 1. თ ზარქუა, ვ. ერიაშვილი. ფარმაცევტული მარკეტინგის( ბიზნესის) საფუძვლები.

თბილისი 2009წ.1. ვ. მახარაძე, ფარმაციის მარკეტინგი. თბილისი 1998წ.
2. ვ. მახარაძე, ფარმაციის მენეჯმენტი, თბილისი 1998წ.
3. საქართველოს კანონი წამლისა და ფარმაცევტული საქმიანობის შესახებ და კანონმდებარე აქტები – ტ. I, თბილისი 1997წ.
 |
| **დამატებითი ლიტერატურა** | 1. ვ.ერიაშვილი,ნ.დუღაშვილი.ფარმაცევტული ბიზნესის საფუძვლები. თბილისი 2006წ.
2. ნ.ნემსიწვერიძე. ფარმაცევტული საქმიანობის მენეჯმენტი. 2008
 |
| **სწავლის შედეგები.****დარგობრივი კომპეტენციები** | **ცოდნა და გაცნობიერება** -მარკეტინგისა და მენეჯმენტის ძირითად პრინციპები, მიზნები და მეთოდები,.- პრაქტიკული გამოყენების შესაძლებლობები. - მართვის სისტემები,სტრუქტურა და ფორმები. - მენეჯმენტის ორგანიზაცია და მისი გარემო;- უფლებამოსილებათა განაწილება. **უნარი**შეუძლია: -მოახდინოს ფარმაცევტული დაწესებულების მენეჯმენტის ობიექტური შეფასება. -იმსჯელოს მართვის სისტემის ეფექტურობაზე. -დამოუკიდებლად მოიპოვოს ფარმაციის სფეროში საჭირო ინფორმაცია, ადეკვატურად შეაფასოს მოვლენები და მიიღოს დასაბუთებული გადაწყვეტილება.  |
| **სწავლების მეთოდები** | **ლექცია** შემოქმედებითი პროცესია, რომელშიც ერთდროულად მონაწილეობენ ლექტორი და სტუდენტი. ლექციის ძირითადი მიზანია შესასწავლი საგნის დებულებათა იდეის გაგება, რაც გულისხმობს გადმოცემული მასალის შემოქმედებით და აქტიურ აღქმას. ამასთან, ყურადღება უნდა მიექცეს გადასაცემი მასალის ძირითად დებულებებს, განმარტებებს, აღნიშვნებს, დაშვებებს. საჭიროა მთავარი საკითხების, ფაქტებისა და იდეების კრიტიკული ანალიზი. ლექცია უნდა უზრუნველყოფდეს შესასწავლი საგნის ძირითადი დებულებების მეცნიერულ და ლოგიკურად თანმიმდევრულ შეცნობას ზედმეტი დეტალებით გადატვირთვის გარეშე. **სამუშაო ჯგუფში მუშაობის** დანიშნულებაა სტუდენტებს მიეცეს ლექციაზე მოსმენილი თემების გაღრმავების საშუალება. წამყვანი პროფესორის მითითებით სტუდენტი ან სტუდენტთა ჯგუფი მოიძიებს და ამუშავებს დამატებით ინფორმაციას, ამზადებს პრეზენტაციას, წერს ესეს და სხვ. მოისმინება მოხსენებები, იმართება დისკუსია, კეთდება დასკვნები. სამუშაო ჯგუფის ხელმძღვანელი პედაგოგი კოორდინაციას უწევს ამ პროცესების მიზანმიმართულად წარმართვას**სტუდენტთა დამოუკიდებელი მუშაობა** - არისსასწავლო გეგმით გათვალისწინებული კურსების წარმატებით ათვისებისათვის დახარჯული სამუშაო დროის (შრომის) რაოდენობა ძირითადი ლიტერატურის გაცნობა-შესწავლიდან - ჯგუფურ მუშაობამდე და/ან შუალედური და დასკვნითი გამოცდების მომზადებისათვის. დამოუკიდებელი მუშაობის მეშვეობით სტუდენტს უნდა აღეძრას წიგნისადმი და სხვა საინფორმაციო წყაროებისადმი ინტერესი და საკითხების დამოუკიდებლად შესწავლის სურვილი, რაც დამოუკიდებელი აზროვნების, ანალიზისა და დასკვნების გაკეთების სტიმულირების საშუალებაა* **პრობ­ლე­მა­ზე და­ფუძ­ნე­ბუ­ლი სწავ­ლე­ბა (PBL)** – აღ­ნიშ­ნუ­ლი სას­წავ­ლო მე­თო­დი ახა­ლი ცო­დ­­ნის მი­ღე­ბი­სა და ინ­ტეგ­რა­ცი­ის პრო­ცე­სის საწყ­ის ეტაპად პრობ­ლე­მის დას­მას იყენებს;
* **თა­ნამ­შრომ­ლო­ბი­თი (cooperative)** **სწავ­ლე­ბა –** სწავ­ლე­ბის სტრა­ტე­გი­ა­ა, სა­დაც ჯგუ­ფის თი­თო­ე­უ­ლი წევ­რი ვალ­დე­ბუ­ლია არა მხო­ლოდ შე­ის­წავ­ლოს, არა­მედ და­ეხ­მა­როს თა­ვის თა­ნა­გუნ­დელს საგ­ნის უკ­ეთ შეს­წავ­ლა­ში; თი­თო­ე­უ­ლი ჯგუ­ფის წევ­რი მუ­შა­ობს პრობ­ლე­მა­ზე, ვიდ­რე ყვე­ლა მათ­გა­ნი არ და­ე­უფ­ლე­ბა სა­კითხს.
* **ევ­რის­ტი­კუ­ლი მე­თო­დი** – ეფუძ­ნე­ბასტუ­დენ­ტე­ბის წი­ნა­შე დას­მუ­ლი ამო­ცა­ნის ეტა­პობ­რივ გა­დაწყ­ვე­ტას. ეს ამო­ცა­ნა სწავ­ლე­ბის პრო­ცეს­ში ფაქ­ტე­ბის და­მო­უ­კი­დებ­ლად და­ფიქ­სი­რე­ბი­სა და მათ შო­რის კავ­ში­რე­ბის და­ნახ­ვის გზით ხორ­ცი­ელ­დე­ბა;
* **გო­ნებ­რი­ვი იე­რი­ში (Brain storming)** – ეს მე­თო­დი გუ­ლის­ხმობს კონ­კრე­ტუ­ლი თე­მის ფარ­გ­ლებ­ში კონ­კრე­ტუ­ლი სა­კითხ­ის­/პრობ­ლე­მის შე­სა­ხებ მაქ­სი­მა­ლუ­რად მე­ტი, სა­სურ­ვე­ლია რა­დი­კა­ლუ­რად გან­სხვავ­ე­ბუ­ლი აზ­რის, იდე­ის ჩა­მო­ყა­ლი­ბე­ბა­სა და გა­მოთ­ქმის ხელ­შეწყ­ო­ბას. აღ­ნიშ­ნუ­ლი მე­თო­დი ხელს უწყ­ობს პრობ­ლე­მი­სად­მი შე­მოქ­მე­დე­ბი­თი მიდ­გო­მის გან­ვი­თა­რე­ბას. ეს მე­თო­დი ეფექ­ტუ­რია სტუ­დენ­ტთა მრა­ვალ­რიცხ­ო­ვა­ნი ჯგუ­ფის არ­სე­ბო­ბის პი­რო­ბებ­ში და შედ­გე­ბა რამ­დე­ნი­მე ძი­რი­თა­დი ეტა­პის­გან:
* ა) პრობ­ლე­მის­/სა­კითხ­ის შე­მოქ­მე­დე­ბი­თი კუთხ­ით გან­საზღ­ვრა;
* ბ)დრო­ის გარ­კვე­ულ მო­ნაკ­ვეთ­ში აუ­დი­ტო­რი­ის­გან სა­კითხ­ის ირ­გვლივ არ­სე­ბუ­ლი იდე­ე­ბის კრი­ტი­კის გა­რე­შე ჩა­ნიშ­ვნა (ძი­რი­თა­დად და­ფა­ზე);
* გ) გა­მო­რიცხ­ვის გზით იმ იდე­ე­ბის გა­მორ­ჩე­ვა, რომ­ლე­ბიც ყვე­ლა­ზე მეტ შე­სა­ბა­მი­სო­ბას ავ­ლენს დას­მულ სა­კითხ­თან;
* **დემონსტრირების მეთოდი –** ეს მეთოდი ინფორმაციის ვიზუალურად წარმოდგენას გულისხმობს. შედეგის მიღწევის თვალსაზრისით ის საკმაოდ ეფექტურია., ხშირ შემთხვევაში უმჯობესია, მასალა ერთდროულად აუდიო და ვიზუალური გზით მივაწოდოთ სტუდენტებს. შესასწავლი მასალის დემონსტრირება შესაძლებელია განხორციელდეს როგორც მასწავლებლის, ისე სტუდენტის მიერ. ეს მეთოდი გვეხმარება თვალსაჩინო გავხადოთ სასწავლო მასალის აღქმის სხვადასხვა საფეხური, დავაკონკრეტოთ, თუ რისი შესრულება მოუწევთ სტუდენტებს დამოუკიდებლად; ამავე დროს, ეს სტრატეგია ვიზუალურად წარმოაჩენს საკითხის/პრობლემის არსს
* **პრეზენტაცია** - არის სასწავლო-შემეცნებითი ხერხების ერთობლიობა, რომელიც პრობლემის გადაწყვეტის საშუალებას იძლევა სტუდენტის დამოუკიდებელი მოქმედებებისა და მიღებული შედეგების აუცილებელი პრეზენტაციის პირობებში. ამ მეთოდით სწავლება ამაღლებს სტუდენტთა მოტივაციასა და პასუხისმგებლობას. პრეზენტაციაზე მუშაობა მოიცავს დაგეგმვის, კვლევის, პრაქტიკული აქტივობისა და შედეგების წარმოდგენის ეტაპებს არჩეული საკითხის შესაბამისად. პრეზენტაცია განხორციელებლად ჩაითვლება, თუ მისი შედეგები თვალსაჩინოდ, დამაჯერებლად და კონკრეტული ფორმით არის წარმოდგენილი. იგი შეიძლება შესრულდეს ინდივიდუალურად, წყვილებში ან ჯგუფურად; ასევე, ერთი საგნის ან რამდენიმე საგნის (საგანთა ინტეგრაციის) ფარგლებში. დასრულების შემდეგ პრეზენტაცია წარედგინება ფართო აუდიტორიას.
 |

**დანართი 1**

**სასწავლო კურსის შინაარსი**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **კვირის №** | **მეცადინეობის სახე** | **თემის დასახელება** | სთ-ს რაოდე-ნობა | ლიტერატურა |
| 1 | ლექცია | მარკეტინგის სოციალური საფუძვლები. მარკეტინგული საქმიანობის სტრატეგია და ტაქტიკა  | 1 | 1.2.4 |
| ჯგუფში მუშაობა | მარკეტინგის საგანი, ამოცანები. მარკეტინგის ძირითადი ცნებები,მართვის კონცეფციები.მარკეტინგის სტრატეგია და მისი კონცეფციები, მარკეტინგის ტაქტიკა. | 2 |
| 2 | ლექცია | კონკურენცია თანამედროვე ბაზარზე. სამომხმარებლო ბაზრები და მომხმარებელთა მყიდველობითი ქცევა | 1 | 1.2.4 |
| ჯგუფში მუშაობა | კონკურენციის სახეები და მეთოდები. კონკურენციის პირობებში ფირმის ფუნქციონირების მიკრო და მაკრო გარემოს ძირითადი ფაქტორები. სამომხმარებლო ბაზარი. მომხმარებელთა მყიდველობით ქცევაზე მოქმედი ძირითადი ფაქტორები. | 2 |
| 3 | ლექცია | სამედიცინო და ფარმაცევტული საქონელი, სასაქონლო მარკები, შეფუთვა, მომსახურება და სერვისი | 1 | 1.2.4 |
| ჯგუფში მუშაობა | საქონლის კლასიფიკაციის ძირითადი სახეები, სამედიცინო საქონლის კლასიფიკაცია. სასაქონლო მარკები, ფარმაცევტული საქონლის შეფუთვა, მარკირება, მომსახურება და სერვისი. | 2 |
| 4 | ლექცია | ფარმაცევტული საქონლის დამუშავება: ახალი სამკ. საშ-ბის შექმნის გზები და მათი სასიცოცხლო ციკლის პრობლემები | 1 | 1.2.4 |
| ჯგუფში მუშაობა | ახალი სამკურნალო საშ-ის შექმნისა და მათი სასიცოცხლო ციკლის სპეციფიური თავისებურებანი. | 2 |
| 5 | ლექცია | ფარმაცევტულ საქონელზე ფასების განსაზღვრის ამოცანები. ფასწარმოქმნის პოლიტიკა და პრობლემები | 1 | 1.2.4 |
| ჯგუფში მუშაობა | საბაზრო კონკურენციის ტიპები და მათი გავლენა ფასწარმოქმნაზე. | 2 |
| 6 | ლექცია | ფარმაცევტული საქონლის განაწილების მეთოდები. მედიკამენტებით საცალო და საბითუმო ვაჭრობა. | 1 | 1.2.4 |
| ჯგუფში მუშაობა | საცალო ვაჭრობასთან დაკავშირებული მარკეტინგული გადაწყვეტილებები. საბითუმო ვაჭრობის წარმოების სახეები | 2 |
| 7 | ლექცია | ფარმაცევტული საქონლის გასაღება; გასაღების სტიმულირება; რეკლამა და მისი სახეები | 1 | 1.2.4 |
| ჯგუფში მუშაობა | რეკლამის არსი და მნიშვნელობა. სამკურნალო საშუალებების რეკლამის სპეციფიური თავისებურებანი; გასაღების სტიმულირება | 2 |
| 8 | **შუალედური გამოცდა** | 1 |  |
| 9 | ლექცია | საერთაშორისო მარკეტინგი, გლობალური ფარმაცევტული ბიზნესი. მარკეტინგი და საზოგადოება | 1 | 1.2.4 |
| ჯგუფში მუშაობა | საერთაშორისო მარკეტინგის სფეროში მისაღები ძირითადი გადაწყვეტილებები. გლობალური ბიზნესი | 2 |
| 10 | ლექცია | მენეჯმენტის თეორიული საფუძვლები. მენეჯმენტის მეთოდები | 1 | 3,4 |
| ჯგუფში მუშაობა | მენეჯმენტის არსი, საგანი და ამოცანები.მართვის სისტემები. მენეჯმენტის მეთოდები. მენეჯერის პირადი თვისებები. ეთიკა და ფარმაცევტული დეონტოლოგია. | 2 |
| 11 | ლექცია | სოციალური პასუხისმგებლობა და ეთიკა, ფარმაცევტული დეონტოლოგია. | 1 | 3,4 |
| ჯგუფში მუშაობა | ორგანიზაციული სტრუქტურა და კომუნიკაციები. მართველობითი გადაწყვეტილების არსი.***ქვიზის შესრულება*** | 2 |
| 12 | ლექცია | ორგანიზაციის კომუნიკაციური სისტემა. გადაწყვეტილების მიღების საფუძვლები | 1 | 3,4 |
| ჯგუფში მუშაობა | მართვის ფუნქციების კლასიფიკაცია. დელეგირება და უფლებამოსილების ორგანიზაცია. მოტივაცია და კონტროლი. | 2 |
| 13 | ლექცია | მართვის ფუნქციები | 1 | 3,4 |
| ჯგუფში მუშაობა | ჯგუფური დინამიკა, ძალაუფლება და პირადი გავლენა. | 2 |
| 14 | ლექცია | ჯგუფური დინამიკა და ხელმძღვანელობა | 1 | 3,4 |
| ჯგუფში მუშაობა | საწარმოს ფინანსური მდგრადობა და მონიტორინგი. ბიზნეს-გეგმა.  | 2 |
| 15 | ლექცია | შრომითი რესურსების მენეჯმენტი | 1 | 3,4 |
| ჯგუფში მუშაობა | ბუღალტრული ბალანსი.  | 2 |
| 16 | ლექცია | სამეურნეო-ფინანსური საქმიანობის მენეჯმენტი. | 1 | 3,4 |
| ჯგუფში მუშაობა |  შრომთი რესურსების ფორმირება და განვითარება***პრეზენტაცია*** | 2 |
| **17-18** | **დასკვნითი გამოცდა-2 სთ.** |
| **19-20** | **დამატებითი გამოცდა** |