

Затверджую
Директор Коледжу
Національного фармацевтичного
університету

Т.С. Прокопенко
« _____ 2013 р.

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
КОЛЕДЖ НАЦІОНАЛЬНОГО ФАРМАЦЕВТИЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

ПРОГРАМА

навчальної дисципліни

ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

підготовки	<i>молодшого спеціаліста</i>
зі спеціальностей	<i>5.12020102 «Аналітичний контроль якості хімічних лікарських сполук» 5.12020103 «Виробництво фармацевтичних препаратів»</i>
напряму	<i>6.120201 "Фармація"</i>
галузі знань	<i>1202 "Фармація"</i>

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

Дюканова Г.О. викладач Коледжу Національного фармацевтичного університету, спеціаліст вищої категорії.

Обговорено на засіданні циклової комісії промислової фармації
“29” серпня 2013 року, протокол № 1

Схвалено методичною радою

Протокол від 29.08.2013 № 1

Голова методичної ради  (О.В.Гейко)

« 29 » 08 2013 р.

Вступ

Програма навчальної дисципліни "Основи підприємництва та менеджменту" для студентів складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки молодшого спеціаліста спеціальності 5.12020103 "Виробництво фармацевтичних препаратів" напряму підготовки 6.120201 "Фармація"

Предметом вивчення навчальної дисципліни є теорія та практика підприємницької діяльності, управління підприємствами різних форм власності.

Міждисциплінарні зв'язки:

дисципліни, що забезпечують:

- економічна теорія,
- економіка, організація та планування виробництва

дисципліни, що забезпечуються:

- виконання курсового та дипломного проектування.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни "Основи підприємництва та менеджменту" полягає у формуванні професійних компетенцій молодших спеціалістів вміння правильно оцінювати ситуацію на ринку в тому секторі економіки, в якому розвивається його бізнес, визначати шляхи одержання необхідних фінансових ресурсів, страхування підприємницького ризику, знати основи спрощеного бухгалтерського обліку та звітності малого підприємництва.

Завдання викладання навчальної дисципліни "Основи підприємництва та менеджменту" передбачено вивчення теоретичних основ та одержання студентами практичних навичок ефективного управління підприємством в умовах ринкової економіки.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- основи менеджменту малого підприємництва;
- менеджменту персоналу, маркетингу, бухгалтерського та фінансового обліку;
- організація бізнесу;
- стилі та методи керівництва;

вміти:

- приймати рішення як підприємець;

- збирати потрібні дані, проводити необхідні розрахунки і будувати схеми структури управління підприємством фармацевтичного профілю, в т.ч. управління маркетинговими підрозділами;

- на основі наявної ринкової та внутрішньої виробничої інформації виробляти пропозиції щодо формування товарної політики підприємства;

- вивчати попит на окремі види товар.

Сформовані компетенції:

Це є знання та навички в певній професійній сфері, зокрема у сфері економіки, маркетингу, менеджменту.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 54 години /1 нац. кредит/ ; /1,5/ кредитів ECTS.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи підприємницької діяльності.

Конкретні цілі:

1. Розглянути економічне й соціальне значення розвитку підприємницької діяльності для формування ефективної системи господарювання.
2. Оволодіти методикою вибору певної організаційно – правової форми бізнесу з урахуванням її переваг і недоліків.
3. Вивчити майно підприємства за видами, за джерелами формування; оборотні кошти та оволодіти методикою складання бухгалтерського балансу.

Тема 1. Регулююча роль держави в ринковій економіці.

Роль підприємництва в суспільстві. Підприємництво й ринок. Підприємці як рушійна сила розвитку соціально орієнтованої економіці. Взаємозв'язок підприємництва та менеджменту в реалізації нових ринкових можливостей фірми. Значення правового регулювання бізнесу в соціально орієнтованій економіці. Суть і значення антимонопольного законодавства. Законодавче забезпечення підприємницької діяльності в Україні. Закон України „Про підприємництво”. Взаємовідносини підприємця і держави. Опанування теорії та досвіду зарубіжного підприємництва. Бізнес та економічне середовище. Можливості і загрози зовнішнього середовища для фірми. Етика бізнесу. Конкуренція та бізнес. Основні організаційно – правові форми бізнесу.

Тема 2. Принципи та функції підприємництва.

Поняття підприємництва. Основні якості підприємця: ініціативність, лідерство, відповідальність, рішучість, готовність до ризику. Державна реєстрація підприємницької діяльності. Особливості підприємницької діяльності у фармації. Основні функції бізнесу. Значення фінансового забезпечення підприємництва. Основи обліку і аналізу фінансово-господарської діяльності підприємця. Поняття бухгалтерської проводки. Складання фінансових документів. Звіт про доходи. Доходна і витратна частина звіту. Чистий доход. Основний і оборотний капітал. Пасиви і активи.

Змістовий модуль 2. Основи менеджменту та маркетингу.

Конкретні цілі:

1. Розкрити поняття і значення менеджменту.
2. Вивчити основні функції менеджменту, рівні управління.
3. Засвоїти стилі та методи керівництва
4. Вивчити принципи завдання й функції маркетингу.
5. Засвоїти вивчення попиту, сегментації, ємності фармацевтичного ринку.
6. Розглянути основні етапи розробки цін.

Тема 3. Менеджмент як наука, мистецтво й практика.

Етапи становлення менеджменту. Теорії та школи менеджменту. Основні світові центри розвитку. Загальні і соціальні функції менеджменту. Основні функції менеджменту.: планування, організація, мотивація, керівництво, контроль. Вузлові проблеми сучасного менеджменту.

Тема 4. Організація як об'єкт управління.

Поняття організації. Види організацій їх характеристика. Опис організації фармацевтичного профілю. Внутрішнє середовище організації. Взаємозв'язок між рівнями управління. Горизонтальний та вертикальний розподіл праці.

Тема 5. Соціально – психологічні аспекти керівництва колективу.

Поняття лідерства, керівництва. Стилi керівництва.: авторитарний, демократичний, ліберальний. Основні складові організації роботи керівника підприємств фармацевтичного профілю. Процес прийняття рішення. Соціально – психологічний клімат колективу. Конфліктні ситуації та шляхи їх вирішення. Мотивація в системі менеджменту.

Тема 6. Основні положення фармацевтичного маркетингу.

Визначення маркетингу. його зміст. Основні поняття і суб'єкти. Принципи завдання й функції маркетингу. Основні інструменти маркетингу: якість продукції, асортимент, ціна, доставка, розповсюдження, комунікації, послуги, упаковка, Зміст процесу управління маркетингом. Маркетингова політика товарів. Попит і його форми. Визначення потреби в лікарських засобів. Визначення ємності товарного ринку, сегментація ринку. Інформаційні маркетингові системи. Організація збутової діяльності підприємств фармацевтичного профілю.

Тема 7. Цінова політика підприємства.

Суть і значення маркетингової цінової політики. Цінова політика підприємства. Оцінка витрат. Етапи розробки ціни. Методи ціноутворення: середнього прибутку, беззбитковості, цільового прибутку. Політика цін фірм фармацевтичного профілю.

3. Рекомендована література

Основна

1. Мнушко З. Н., Дихтярева Н.М. Менеджмент и маркетинг в фармации. Ч. I. Менеджмент в фармации. –Х.: Изд-во НФаУ: Золотые страницы, 2007.
2. Мнушко З. Н., Дихтярева Н.М. Менеджмент и маркетинг в фармации. Ч. II. Маркетинг в фармации. -Х.: Изд-во НФаУ: Золотые страницы, 2008.

Допоміжна

3. Толочко В. М., Управління фармацією. – Х.: вид-во НФаУ: Золоті сторінки, 2004.
4. Селезнев В.В. Основы рыночной экономики Украины. Учебное пособие. Издание второе, переработанное и дополненное. Киев : А.С.К., 2002

Довідкова

1. Конституція України – К., 1996.
2. Закон України “Про підприємництво”. // Відомості Верховної Ради України. - 1991, № 14.
3. Закон України “Про систему оподаткування”. // Від 18.02.97.
4. Закон України «Про лікарські засоби» (№ 123/96-ВР)
5. Закон України «Про рекламу» (№ 270/96-ВР)
6. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб –підприємців» (№ 755-IV).
7. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» (№ 1775-III).

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання: залік

5. Засоби діагностики успішності навчання: тестування, розрахункові індивідуальні практичні завдання, захист практичних робіт, контрольні завдання.