

RTU studiju kurss "Farmaceitiskais mārketings"

32000 Dabaszinātņu un tehnoloģiju fakultāte

Vispārējā informācija

Kods	ĶOS707
Nosaukums	Farmaceitiskais mārketings
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītbspēks	Inese Mieriņa - Doktors, Vadošais pētnieks
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Studiju kursā uzmanība tiek vērsta uz farmācijas mārketinga procesiem, tā komponentēm un atbilstošas terminoloģijas pielietojumu. Priekšmets ir iekļauts kopīgā studiju programmā "Rūpnieciskā farmācija". Šo studiju kursu īsteno partneraugstskola- Rīgas Stradiņa universitāte.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Veicināt izpratnes veidošanos par mārketinga lomu farmaceitiskajā industrijā.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Individuālais un grupu darbs - prezentāciju sagatavošana atbilstoši kursa tēmām, darbs ar literatūru
Literatūra	1. Philip Kotler, Gary Armstrong. Principles of Marketing. Prentice Hall. 13 edition 2009. - 744 p. 2. Michael J. Baker. Marketing Strategy & Management. - Palgrave, 4th ed., 2007. - 608 p. 3. Blaits Dž. Mārketings. - Rīga: Zvaigzne ABC, 2004. - 284 lpp. 4. Praude V. Mārketings. - Rīga, 2004. - 665 lpp.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Farmaceita izglītība

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Mārketinga definīcija, pamatelementi, pasākumu komplekss, vide	8	0	0	0
Mārketinga loma farmaceitiskajā industrijā, lēmuma pieņemšanā iesaistītās personas, zāļu tirgu regulējošie un ētiskie aspekti	8	0	0	0
Produkta dzīves cikls. Mārketinga attīstības stratēģijas	8	0	0	0
Tirgus izpēte un SVID analīze	8	0	0	0
Segmentācija, pozicionēšana	4	0	0	0
Mārketinga komunikācija	4	0	0	0
Kopā:	40	0	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Students pārzina tirgvedības un mārketinga terminoloģiju, izprot farmaceitiskās pārdošanas procesa galvenos uzdevumus Students pārzina likumdošanu un ētiskos regulējumus. Students apzinās un spēj izvērtēt galvenos spēlētājus un viņu lomu farmaceitisko produktu pārdošanā.	aktīva līdzdalība praktiskajās nodarbībās; grupu darba prezentācija; ieskaite
Studenti spēs veikt mārketinga situācijas analīzi un pētījumus, izdarot secinājumus, kā arī izprast zāļu un citu veselības aprūpes produktu izplatīšanas organizēšanu un uzraudzību	aktīva līdzdalība praktiskajās nodarbībās; grupu darba prezentācija; ieskaite
Studenti spēs aprakstīt tirgvedības un pārdošanas struktūrvienību lomu un funkcijas farmaceitiskajā industrijā un piedalīties jaunu zāļu mārketinga stratēģijas izveidē	aktīva līdzdalība praktiskajās nodarbībās; grupu darba prezentācija; ieskaite

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	1.5	1.0	0.0	*		