

NAZIV PREDMETA		Farmaceutski marketing i komunikacija				
Kod	FARIZ3	Godina studija	1.			
Nositelj/i predmeta	dr. sc. Ante Mihanović, predavač	Bodovna vrijednost (ECTS)	2,0			
Suradnici		Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T
			5	10	10	
Status predmeta	izborni	Postotak primjene e- učenja	10%			
OPIS PREDMETA						
Ciljevi predmeta	Razumijevanje pojma, uloge i značenja marketinga u društvu i u organizacijama s naglaskom na farmaceutske industriju. Razvijanje sposobnosti razumijevanja i analiziranja različitih tržišnih situacija s kojima se mogu susresti u poslovanju. Usvajanje marketinških znanja i tehnika bitnih pri rješavanju praktičnih problema vezanih za tržišno poslovanje. Usvajanje znanja bitnih za razumijevanje specifičnosti u poslovanju i utjecaja na farmaceutske industriju te za ljekarničku ulogu.					
Uvjeti za opis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet						
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objasniti pojmove marketinga i komunikacije u farmaceutskoj industriji. 2. Analizirati različite tržišne situacije u poslovanju. 3. Nabrojati specifičnosti marketinga u farmaceutskoj industriji. 4. Objasniti ulogu ljekarnika u farmaceutskom marketingu. 					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave	Predavanja (5 student sati)		Broj sati:			
	1. Uvodno predavanje – farmaceutske marketing, propisi		5			
	Seminari (10 student sati)		Broj sati:			
1. Ljekarne i ljekarnička uloga u marketingu		5				
2. Istraživanje mogućnosti i analiza tržišnih prilika		5				
Vježbe (10 student sati)		Broj sati:				
1. Trendovi u farmaceutskoj industriji		5				
2. Elementi procesa komunikacije i upravljanje promocijom		5				
Vrste izvođenja nastave:	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input checked="" type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> on line u cijelosti <input type="checkbox"/> mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> (ostalo upisati)			
Obveze studenata	U skladu s Pravilnikom o studiju i sustavu studiranja i Deontološkim kodeksom za studente Medicinskog fakulteta u Splitu.					
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku)	Pohađanje nastave		Istraživanje		Praktični rad	
	Eksperimentalni rad		Referat		(Ostalo upisati)	

<i>aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</i>	Esej		Seminarski rad		(Ostalo upisati)	
	Kolokviji		Usmeni ispit	2,0	(Ostalo upisati)	
	Pismeni ispit		Projekt		(Ostalo upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu						
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov				Broj primjeraka u knjižnici	Dostupnost putem ostalih medija
	P. Kotler i ostali, Osnove marketinga, MATE, Zagreb 2006.; C. M. Smith (urednik), Pharmaceutical Marketing: Principles, Environment, and Practice, Haworth Press Inc., 2002.					
Dopunska literatura	Materijali s predavanja					
Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja	<ul style="list-style-type: none"> -Analiza studentskog vrednovanja nastavnog rada i kvalitete nastave -Analiza prolaznosti na ispitima -Izvješća Povjerenstva za nastavu, Povjerenstva za nadzor provedbe nastave i Odbora za unaprjeđenje kvalitete -Izvaninstitucijska evaluacija 					
Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)						