



Специјалистичке академске студије
Фармацеутски менаџмент и маркетинг

Циљ студијског програма

Примарни циљ је да школује стручњака из области фармације као што је фармацеутски менаџмент и маркетинг. Упознавање кандидата са основним принципима фармацеутског менаџмента и маркетинга, информационих технологија у фармацији, управљања квалитетом у фармацији, дигиталним пословањем и комуникацијама у фармацији, иновативним приступима и фармакоекономије.

Похађањем програма Фармацеутски менаџмент и маркетинг студент проширује своја фундаментална знања из ових области и касније их примењује у фармацеутској струци. Кроз студијски програм студенти се усавршавају и стичу знања и вештине које их препоручују за рад у фармацеутској индустрији, дистрибуцији лекова, јавној апотеци, фармацеутским компанијама које се баве маркетингом као и свим другим фармацеутским компанијама/установама тако да буду добри менаџери у разним областима фармације.

Стечена диплома специјалисте за одређену област биће препозната од стране европских институција чиме се омогућава студентима да наставе даља стручна или научна усавршавања (докторске студије) из области фармације или сродних дисциплина на домаћим или европским универзитетима.

Услови уписа за студенте из Републике Србије

Број кандидата који се прима је: 28 + 2 (на енглеском језику)

На програм

ФММ могу се уписати кандидати који имају завршене основне академске студије и мастер академске студије или интегрисане академске студије, у обиму од најмање 300 ЕСП бодова. Право уписа на специјалистичке академске студије Фармацеутски менаџмент и маркетинг остварују кандидати који су завршили Фармацеутски факултет са или без радног искуства као и кандидати високог стручног образовања здравственог профила и осталих друштвених, природних и техничких профила са двогодишњим искуством у фармацеутској делатности.

Додатни услови при рангирању:

- просечна оцена на претходно завршеним студијама
- дужина студирања
- просечна оцена из предмета од значаја
- искуство на одговарајућим истраживачким и стручним пословима

Право уписа имају све особе које су претходне нивое образовања завршили најкасније до 30. септембра.

Услови уписа за студенте који су претходни ниво студија завршили у иностранству

Кандидат страни држављанин, приликом пријављивања на Конкурс, подноси решење о признавању стране јавне исправе или потврду да је поступак започет. Страни држављанин може се уписати под истим условима као и домаћи држављанин и у току целог школовања плаћа школарину.

Пре уписа кандидат страни држављанин је дужан да Факултету поднесе доказе:

1. потврду да влада српским језиком или енглеским језиком у зависности од тога на ком се језику студијски програм изводи,
 2. пријавни лист (добива се на Факултету),
 3. оригинални извод из матичне књиге рођених преведен код судског тумача,
 4. приликом уписа потврду о регулисаном боравку-МУП Београд, Одељење за странце, Савска 35, Београд,
 5. приликом уписа кандидат страни држављанин је дужан да достави потврду да је здравствено осигуран - Одељење за инострано осигурање, Немањина 30, Београд.
- Приликом уписа неопходно је поднети и решење ректора о признавању стране јавне високошколске исправе.

Компетенције кандидата по завршетку студијског програма

Савладавањем програма Фармацеутски менаџмент и маркетинг специјалистичких академских студија студент стиче професионално стручно образовање и постаје стручњак за поједине области фармације као што су фармацеутски менаџмент и маркетинг.

Кандидат треба да зна да примени стечених знања и вештина у организовању фармацеутских активности, критичке анализе маркетиншких, фармакоекономских и сл. студија, у употреби фармацеутских информационих система, управљању квалитетом, електронском пословању, комуникацији у фармацији.

Специјалиста је оспособљен да разуме националне, европске и међународне законске прописе из појединих фармацеутских делатности и у стању је да их примени у пракси по завршетку школовања. Савладао је разне методе учења и студирања и оспособљен је да користи информационо-комуникационе технологије у овладавању знањима одговарајућег подручја, као и да усмено и писмено презентира резултате свог рада у струци.

Након завршеног модула специјалиста је спреман за сарадњу не само унутар здравствене већ и шире заједнице.

Такође је спреман са стручњацима сличног профила из земаља из окружења и шире размењује стечена знања. Специјалиста је способан да примени и етичке принципе током рада.

Савладавањем студијског програма студент стиче следеће предметно-специфичне способности: решавања конкретних проблема уз употребу научних метода и поступака; повезивања основних знања из различитих области и њихове примене; праћења и примене новина у струци.

Trajanje programa – 1 godina (2 semestra)

Naziv predmeta		Sem.	P	V	D O N	S I R	ESPB
PRVA GODINA							
1	Farmaceutski menadžment	I	45	30	45	30	10
2	Strateški menadžment	I	15	15	30	45	5
3	Farmaceutski marketing	I	45	30	45	15	10
Ukupno u prvom semestru			105	75	120	90	25
4	Informacioni sistemi i tehnologije u farmaciji	II	35	35	45	10	7
5	Upravljanje kvalitetom u farmaciji	II	35	40	30	10	8
6	Izborni blok (1/8)	II	30	30	15	15	5
7	Završni rad	II				75	15
Ukupno u drugom semestru			100	105	90	110	35
Ukupno			205	180	210	200	60
Časovi aktivne nastave: P-predavanja, V-vežbe, DON-drugi oblici nastave (izrada seminarskog rada, stručna praksa, domaći zadatak, on-line forum), SIR-studijski istraživački rad.							

	Naziv predmeta	semestar	ESPB
1	Digitalne tehnologije u farmaciji	II	5
2	Poslovna komunikacija u farmaciji	II	5
3	Inovativni pristupi u farmaceutskom poslovanju	II	5
4	Pregovaranje i odlučivanje u farmaciji	II	5
5	Kompetencije i upravljanje kadrovima u farmaciji	II	5
6	Odabrana poglavlja farmakoekonomije	II	5
7	Odabrana poglavlja farmakoepidemiologije	II	5
8	Socijalni marketing i novo javno zdravlje	II	5

Картони предмета

Универзитет у Београду Фармацеутски факултет	Специјалистичке академске студије ФАРМАЦЕУТСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ		
Студијски програм: Фармацеутски менаџмент и маркетинг			
Назив предмета: Компетенције и управљање кадровима у фармацији			
Наставник: Душанка Крајновић, Валентина Д. Маринковић			
Статус предмета: изборни			
Семестар: II		Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5		Шифра предмета: CFMMI5	
Услов: нема			
Циљ предмета: Упознавање са принципима и техникама у управљању кадрова у организацијама на примерима фарамцеутских организација. Организациона култура, организационо учење и појам и значај лидерства. Савладавање процеса у менаџменту људских ресурса. Дефинисање биохевиоралних и функционалних компетенција и перформанси фармaceута у различитом пословном окружењу.			
Исход предмета: Након наставе из овог предмета полазници ће знати основне методе, алате и технике у процесу управљања људским ресурсима, како организациона култура утиче на организационо учење и шта је лидерство. Полазници ће знати да дефинишу, прате, евалуирају и унапређују компетенце и перформансе фармaceута у различитим окружењима фармaceutског система, како у привреди тако и у здравству.			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Људски ресурси- појам и значај. Организациона култура и њен утицај на организационо учење. Процеси управљања кадровима у савременом фармaceutском окружењу. Коришћење психолошких тестова у евалуацији кадрова. Планирање, регрутација, селекција и развој кадрова. Оптимизација ресурса као последица глобализације у фармaceutском ланцу снабдевања. Делегирање и оснаживање. Појам и значај лидерства. Процес и принципи давања повратне информације (feed-back). Решавање конфликта. Награде и казне. Штрајк- законски оквир организовања штрајка у здравственим установама. Прекид радног односа. Законски оквир у управљању кардовима- Закон о раду, уговор о раду. Материјални и нематеријални аспекти мотивације. Управљање временом. Компетенце фармaceута. Захтеване особине и вештине фармaceута у различитим фармaceutским организацијама. Индикатори перформансе и процењивање кадрова. Планирање, реализација и евалуација обука. Формирање и обрачун зараде запослених. <i>Практична настава</i> Полазници курса ће се током практичних вежби упознати са процесима, улогама и одговорностима у управљању кадровима, на конкретним примерима у реалном фармaceutском и здравственом систему. На сопственом примерима ће се вршити процена профила менаџера и формирање успешних тимова. Симулација конфликтне ситуације- решавање конфликта, давање повратне информације (feed-back).			
Препоручена литература: 1. Петковић. М., Јанићијевић, Н., Богићевић Миликић, Б. Организација: дизајн, понашање, људски ресурси, промене. Економски факултет, Београд ; 2012.			
Број часова активне наставе			
Теоријска настава: 30		Практична настава: 30	

Студијски истраживачки рад: 15		Други облици наставе: 15	
Методe извођења наставе:			
Предавања ex katedra, практична настава (анализе случајева, радионице, панел дискусије, домаћи задаци, on-line форум и стручна пракса); Евалуација наставе: писмени испит-завршни тест и практични испит-усмено.			
Оцена знања:			
Предиспитне обавезе	Поени	Завршни испит	Поени
Активност у току предавања	20	Практични испит	
Практична настава	20	Писмени испит	50
Колоквијуми		Усмени испит	
Семинари	10		
Остало			

Универзитет у Београду Фармацеутски факултет	Специјалистичке академске студије ФАРМАЦЕУТСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ		
Студијски програм: Фармацеутски менаџмент и маркетинг			
Назив предмета: Фармацеутски менаџмент			
Наставник: Валентина Д. Маринковић, Душанка М. Крајновић, Марина М. Одаловић			
Статус предмета: обавезни			
Семестар: I		Година студија: I	
Број ЕСПБ: 10		Шифра предмета: СФММО1	
Услов: нема			
Циљ предмета: Упознавање са основним принципима менаџмента, менаџмент процесима и менаџмент функцијама у фармацеутском пословању.			
Исход предмета: Ефикасно и ефективно организовање фармацеутских активности за успешну фармацеутску организацију у глобално-локалном окружењу.			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Општи појмови менаџмента и организације. Савремени концепт менаџмента у здравству и фармацији. Планирање и финасирање фармацеутских пословних система/операција. Анализа трошкова и рационална употреба лекова. Фактори који утичу на употребу лекова. Основе финансијског менаџмента и извори финасирања. Основе управљања људским ресурсима. Персоналне карактеристике менаџера. Лидерство. Тимови, формирање тимова и улоге чланова тима у здравству и привреди (апотека, болница, веледрогерија, индустрија). Управљање ризицима и доношење одлука у фармацеутским и здравственим системима. Управљање континуитетом пословања и одрживи развој. Кризни менаџмент-понашање у кризним ситуацијама. Појам и стандарди друштвене одговорности. Употреба информационих технологија као система подршке у савременом фармацеутском пословању. Појам квалитета у фармацији. Појам тоталног менаџмента квалитетом и пословне изврсности. Упознавање са менаџмент алатима и коришћење у реалним пословним системима. Бенчмаркинг. Систем уравнотежених индикатора (Balanced Scored Cards). Дефиниција, идентификација и праћење кључних индикатора перформанси. Фармакополитика. Фармацеутски менаџмент у привреди. Циклус менаџмента лековима у системима привреде и здравства. Управљање снабдевањем лековима. Селекција, набавка, дистрибуција и потрошња лекова. Систем јавних набавки лекова и медицинских средстава. Мисија, визија и лидерство у фармацији, глобализација и аутсорсинг у фармацеутском бизнису. Основи финансијског менаџмента- биланс стања и биланс успеха. <i>Практична настава</i> У оквиру вежби проучавају се, анализирају и дискутују практични примери и симулирају ситуације у фармацеутским организацијама (теоријских наставних јединица). Анализа организација и структура појединих сегмената фармацеутског пословања – апотека, веледрогерија, производња. Стратегија, мисија и визија у фармацеутској организацији; структура, процеси и исходи пословних система и подсистема /сегмената фармацеутског пословања – апотека, веледрогерија, производња. Методе и анализе повраћаја улагања (Retut of Investment- ROI). Методе за управњаље залихама (АБЦ)			
Препоручена литература: 1. Тасић Љ, Маринковић В. Фармацеутски менаџмент и маркетинг. Београд: Фармацеутски факултет; 2018. 2. Desselle P, Zgarrick D. Pharmacy Management- Essentials for All Practice Settings. Mc Grow Hill, SAD; 2009.			

3. Rees H. Supply chain management in the drug industry; Delivering patient value for pharmaceuticals and biologics. John, Wiley & Sons, Inc. Hoboken, New Jersey, SAD, 2011.
4. Drucker PF. Management: Tasks, Responsibilities, Practices. New York: Harper & Row; 1985.
5. Тасић Љ, Маринковић В. Квалитет у фармацији –од теорије до праксе. Београд: Фармацеутски факултет; 2012.

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 45

Практична настава: 30

Студијски истраживачки рад: 30

Други облици наставе: 45

Методе извођења наставе:

Предавања ex katedra, практична настава (анализе случајева, радионице, панел дискусије, домаћи задаци, on-line форум и стручна пракса); Евалуација наставе: писмени испит-завршни тест и практични испит-усмено.

Оцена знања:

Предиспитне обавезе	Поени	Завршни испит	Поени
Активност у току предавања	20	Практични испит	
Практична настава	20	Писмени испит	50
Колоквијуми		Усмени испит	
Семинари	10		
Остало			

Универзитет у Београду Фармацеутски факултет	Специјалистичке академске студије ФАРМАЦЕУТСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ		
Студијски програм: Фармацеутски менаџмент и маркетинг			
Назив предмета: Стратешки менаџмент			
Наставник: Валентина Д. Маринковић, Андријана М. Милошевић Георгиев, Марина М. Одаловић			
Статус предмета: обавезни			
Семестар: I		Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5		Шифра предмета: СФММО2	
Услов: нема			
Циљ предмета: Познавање основа стратешког менаџмента и стратешког планирања у фармацеутским организацијама.			
Исход предмета: Израда стратегија и политике за стратешко позиционирање, бизнис/развојни план			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Стратешко планирање и правци развоја фармацеутског пословања .Ситуациона анализа: анализа утврђивања снага, слабости претње и шансе пословања (SWOT) и анализа политичко економско социјално технолошких утицаја (PEST). Приступ и модели у управљању пројектима. Управљање пројектима као подршка реализацији бизнис плана. Елементи бисзнис плана и значај бизнис плана у развоју пословања. Значај управљања променама у ери глобализације. Контрола промене. <i>Практична настава</i> У оквиру вежби проучавају се, анализирају и дискутују практични примери и симулирају ситуације у фармацеутским организацијама (теоријских наставних јединица). Креирање и одбрана бизнис плана. Израда бизнис плана и анализа свих његових саставних јединица: анализа пословања, анализа окружења организације, финансијски план, маркетинг план предлог набавки, изводљивост и одрживост креираног плана.			
Препоручена литература: 1. Тасић Љ, Маринковић В. Фармацеутски менаџмент и маркетинг. Београд: Фармацеутски факултет; 2018. 2. Spilker B. Multinational Pharmaceutical Companies: principles and practices. 2nd ed. Boston: Ravens press; 1994. 3. Porter M. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press; SAD; 1980. 4. Kaplan. Norton. The Balanced Scorecard. Harvard Business School Press; SAD. 1996. 5. Kerzner H. Project Management – Best Practices, John Wiley & Sons, Inc SAD; 2010.			
Број часова активне наставе			
Теоријска настава: 15		Практична настава: 15	
Студијски истраживачки рад: 45		Други облици наставе: 30	
Методе извођења наставе: Предавања ex katedra, практична настава (анализе случајева, радионице, панел дискусије, домаћи задаци, on-line форум			

и стручна пракса); Евалуација наставе: писмени испит-завршни тест и практични испит-усмено.

Оцена знања:

Предиспитне обавезе	Поени	Завршни испит	Поени
Активност у току предавања	20	Практични испит	
Практична настава	20	Писмени испит	50
Колоквијуми		Усмени испит	
Семинари	10		
Остало			

Универзитет у Београду Фармацеутски факултет	Специјалистичке академске студије ФАРМАЦЕУТСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ		
Студијски програм: Фармацеутски менаџмент и маркетинг			
Назив предмета: Фармацеутски маркетинг			
Наставник: Душанка М. Крајновић, Валентина Д. Маринковић, Андријана М. Милошевић Георгиев			
Статус предмета: обавезни			
Семестар: I		Година студија: I	
Број ЕСПБ: 10		Шифра предмета: СФММОЗ	
Услов: нема			
Циљ предмета: Упознавање са филозофијом и методологијом истраживања тржишта фармацеутских производа, здравствених и фармацеутских услуга. Упознавање са регулаторним и етичким оквирима фармацеутске маркетиншке праксе и концепта социјалног маркетинга. Упознавање са тржиштем и методологијом за промоцију здравља и превенцију болести. Упознавање са основама фармакоепидемиологије и фармаковигилансе.			
Исход предмета: Овладавање техникама сегментирања и испитивања тржишта. Критичка анализа маркетиншких, постмаркетиншких, фармакоекономских и сл. студија. Савладавање знања и вештина у дизајнирању, примени и евалуацији промотивних кампања (приступи: произвођача, корисника/потрошача, друштва). Оспособљеност за анализу, регулаторних и етичких норми и пласирање производа и услуга ка стручној и општој јавности.			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Општи принципи фармацеутског маркетинга (аспект произвођача, пацијената, друштва); маркетинг микс, модели, методе и технике маркетинга. Маркетинг и његова улога. Општи појмови маркетинга. Сегментација тржишта. Стратегија и тактика. Анализа потреба клијената (прописивача лекова, финансијера, крајњих корисника - пацијената). Истраживање тржишта лекова насупрот аналитичком маркетингу. Принципи у фармакоепидемиологији и фармаковигиланси. Посмаркетиншко праћење лекова. Маркетинг јавног здравља (социјални маркетинг). Општи појмови социјалног маркетинга. Компоненте и технике социјалног маркетинга. Регулатива и етика у оглашавању и маркетингу фармацеутских производа и услуга. <i>Практична настава</i> У оквиру вежби се проучавају, анализирају и дискутују практични примери теоријских наставних јединица. Креирање мисије, визије, стратегије и тактике организације. Сегментација тржишта, анализа циљног тржишта, анализирање потреба купаца. Испитивање тржишта коришћењем метода: Boston Consulting Group матрица, анализа предности недостатака шанси и претњи, бенчмаркинг и портфолио анализа. Израда планова промотивних кампања (производа и услуга). Критичка анализа фармакоепидемиолошких студија. Технике продаје фармацеутских производа и услуга. Критичка анализа маркетиншких и продајних активности са аспекта етичких принципа, регулаторног оквира и заштите крајњих потрошача.			
Препоручена литература: 1. Kotler P. Marketing menadžment. Beograd: Data Status; 2006. 2. Тасић Љ, Маринковић В. Фармацеутски менаџмент и маркетинг. Београд: Фармацеутски факултет; 2018. 3. Jobber F. Fahy J. Основи маркетинга; Дата статус, Београд; 2006.			

4. Dogramatzis D. Pharmaceutical Marketing a Practical Guide. Denver: Interpharm Press; 2002.
5. Beauchamp T, Bowie N, Arnold D. Ethical theory and business. 8th ed. New Jersey: Prentice Hall; 2007.

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 45

Практична настава: 30

Студијски истраживачки рад: 15

Други облици наставе: 45

Методе извођења наставе:

Предавања ex katedra, практична настава (анализе случајева, радионице, панел дискусије, домаћи задаци, on-line форум и стручна пракса); Евалуација наставе: писмени испит-завршни тест и практични испит-усмено.

Оцена знања:

Предиспитне обавезе	Поени	Завршни испит	Поени
Активност у току предавања	20	Практични испит	
Практична настава	20	Писмени испит	50
Колоквијуми		Усмени испит	
Семинари	10		
Остало			

Универзитет у Београду Фармацеутски факултет	Специјалистичке академске студије ФАРМАЦЕУТСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ		
Студијски програм: Фармацеутски менаџмент и маркетинг			
Назив предмета: Информациони системи и технологије у фармацији			
Наставник: Валентина Д. Маринковић, Андријана М. Милошевић Георгиев, Марина М. Одаловић			
Статус предмета: обавезни			
Семестар: II		Година студија: I	
Број ЕСПБ: 7		Шифра предмета: СФММО4	
Услов: нема			
Циљ предмета: Упознавање са информационим системима у фармацеутском пословању. Упознавање са стандардима у фармацеутској и здравственој информатици. Употреба база података и интернет/интранет мрежа у фармацеутском пословању.			
Исход предмета: Употреба фармацеутских и здравствених информационих система. Познавање и разумевање информационих технологија и свих потенцијала за развој фармацеутског пословања. Евалуација информација у пословању, а посебно са интернет простора фармацеутских организација.			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Информациони системи и информационе технологије (аспект произвођача, пацијената, друштва). Информациони системи у фармацији (здравствени информациони систем, фармацеутски информациони систем, лекови, медицинска средства, класификација, шифарници, базе кодирање) - дизајн, архитектура и структура. Бизнис процес реинжењеринг-промена у конкуретну фармацеутску организацију. Методе и софтвери за фармацеутски и здравствени информациони систем. Базе података (општи појмови, логистички оквири, рутери за трансфер података), анализе и обрада. Интернет-интранет мреже у фармацеутском пословању. Стандарди и нормативи у фармацеутској информатици. Дигиталне апликације за подршку здравственом систему. Коришћење техника биртуалне реалности и вештачке интелигенције у здравственом систему. <i>Практична настава</i> У оквиру вежби се проучавају, анализирају и дискутују практични примери теоријских наставних јединица. Врсте информација у фармацеутском пословању, фармацеутски информациони систем - апотеке, веледрогерије, фабрике. Рад са базама података (научне базе, комерцијалне базе, јавне базе). Претраживање здравствених информација коришћењем база: PubMed и ScIndeks. Типологија докумената, груписање и систематизација информација. Анализа структуре и садржаја интернет страница фармацеутских компанија, болница и апотека. Процена квалитета здравствених инфомација са интернета. Кодекси за оцену квалитета здравствених сајтова. Професионалне и социјалане мреже-евалуација учинка.			
Препоручена литература: 1. Тасић Љ, Маринковић В. Фармацеутски менаџмент и маркетинг. Београд: Фармацеутски факултет; 2018. 2. Millares M. Applied Therapeutics - Applied Drug Information: Strategies for Information Management. Michigan: Applied Therapeutics; 1998. 3. Кончар Ј. Електронска трговина. 2 издање. Суботица: Економски факултет Суботица; 2008.			
Број часова активне наставе			

Теоријска настава: 35	Практична настава: 35		
Студијски истраживачки рад: 10	Други облици наставе: 45		
Методe извођења наставе: Предавања ex katedra, практична настава (анализе случајева, радионице, панел дискусије, домаћи задаци, on-line форум и стручна пракса); Евалуација наставе: писмени испит-завршни тест и практични испит-усмено.			
Оцена знања:			
Предиспитне обавезе	Поени	Завршни испит	Поени
Активност у току предавања	20	Практични испит	
Практична настава	20	Писмени испит	50
Колоквијуми		Усмени испит	
Семинари	10		
Остало			

Универзитет у Београду Фармацеутски факултет	Специјалистичке академске студије ФАРМАЦЕУТСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ		
Студијски програм: Фармацеутски менаџмент и маркетинг			
Назив предмета: Управљање квалитетом у фармацији			
Наставник: Валентина Д. Маринковић, Марина М. Одаловић, Андријана М. Милошевић Георгиев			
Статус предмета: обавезни			
Семестар: II		Година студија: I	
Број ЕСПБ: 8		Шифра предмета: СФММО5	
Услов: нема			
Циљ предмета: Упознавање са филозофијом управљања квалитета . Разумевање значаја увођења стандарда за добро пословање у фармацији. Разумевање добрих пракси у фармацији; оспособљавање за интеграције менаџмент система (фармацеутски систем квалитета (ФСК) ; упознавање са основним алатима за управљање ФСК и разумевање кључних индикатора перформанси (КПИ).			
Исход предмета: Овладавање методама и алатима за управљање ФСК и побољшање квалитета фармацеутских активности/операција. Мерење перформанси система квалитета у фармацеутским услугама/производима. Мапирање, мониторинг и евалуација КПИ.			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Филозофија управљања квалитетом и технологија система квалитета. Стандардизовани системи за управљање квалитетом (ИСО 9001, ИСО 22000, ИСО 17025, ИСО 13845). Интегрисани системи управљања: квалитет, заштита животне средине, безбедност и заштите на раду. Управљање квалитетом у здравству (филозофија Донабедиан-а). Сертификација и акредитација. Добра произвођачка пракса- добијање дозволе за производњу. Добра дистрибутивна пракса- добијање дозволе за промет на велико. Компаративна анализа добрих фармацеутских пракси и ИСО стандарда. Фармацеутски систем квалитета (ФСК)- имплементација стандарда квалитета у свим животним циклусима лека. Простор и опрема (погон, складиште, лабораторије). Кључно особље (систем обуке). Документација система квалитета. Спецификације квалитета. Калибрација и одржавање (планови, уговори, одступања). Квалификација и валидација. Систем контроле измене. Управљање неусаглашеностима- превентивне и корективне мере. Континуално унапређење и развој- алати за унапређење квалитета. Мониторинг и евалуација ФСК. <i>Практична настава</i> У оквиру вежби се проучавају, анализирају и дискутују практични примери теоријских наставних јединица Поређење менаџмента система квалитета, свеукупног менаџмента квалитета и информационих менаџмент система на практичним примерима. Разматрање индикатора квалитета фармацеутске услуге. Индикатори и мерење безбедности пацијената. Валидације и квалификације у пројектовању фармацеутске производње/услуге. Мапирање процеса. Евалуација перформанси (веледрогерија, апотека).			
Препоручена литература: 1. Lee TH, Shiba S, Wood RC. Integrated management systems – A Practical Approach to Transforming Organizations. New York: John Wiley & Sons Inc ; 1999. 2. Тасић Љ, Маринковић В. Квалитет у фармацији-од терорије до праксе. Београд: Фармацеутски факултет; 2012. 3. Тасић Љ, Маринковић В. Фармацеутски менаџмент и маркетинг. Београд: Фармацеутски факултет; 2018.			

4. Hedley R. Supply chain management in the drug industry - Delivery Patient Value for Pharmaceutical and Biologics. New Jersey: John Wiley & Sons; 2011.

5. Филиповић Ј. Менаџмент система квалитета. Београд: ФОН; 2008.

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 35

Практична настава: 40

Студијски истраживачки рад: 10

Други облици наставе: 30

Методе извођења наставе:

Предавања ex katedra, практична настава (анализе случајева, радионице, панел дискусије, домаћи задаци, on-line форум и стручна пракса); Евалуација наставе: писмени испит-завршни тест и практични испит-усмено.

Оцена знања:

Предиспитне обавезе	Поени	Завршни испит	Поени
Активност у току предавања	20	Практични испит	
Практична настава	20	Писмени испит	50
Колоквијуми		Усмени испит	
Семинари	10		
Остало			

Универзитет у Београду Фармацеутски факултет	Специјалистичке академске студије ФАРМАЦЕУТСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ		
Студијски програм: Фармацеутски менаџмент и маркетинг			
Назив предмета: Завршни рад			
Наставник:			
Статус предмета:			
Семестар: II		Година студија: I	
Број ЕСПБ: 15		Шифра предмета: СФММЗР	
Услов: сви предмети према плану и програму модула			
Циљ предмета: Специјалистички рад треба да обухвати целокупно знање стечено у току специјалистичких студија као и да прикаже практичну примену знања у испитивању неког од процеса рада – фармацеутског менаџмента, фармацеутског маркетинга, информационих технологија у фармацији, квалитета у фармацији.			
Исход предмета: Практична примена стечених знања у испитивању процеса рада и давање препорука за унапређење радне праксе из појединих области фармацеутског менаџмента и маркетинга.			
Садржај предмета: У оквиру завршног рада је истраживачки рад студента у коме се он упознаје са методологијом истраживања у области фармацеутског менаџмента и маркетинга. Пре спровођења истраживања, студент је у обавези да одбрани Семинар, који се састоји од литературне претраге по кључним речима релевантним за тему Завршног рада, као и методологију и дизајн истраживања. Након обављеног истраживања студент припрема завршни рад у форми специјалистичког рада који садржи следећа поглавља: Увод, Циљ рада, Методологију рада, Резултате, Дискусију, Закључак и Преглед литературе. Након завршеног рада студент приступа јавној одбрани специјалистичког рада – усмени специјалистички испит пред комисијом.			
Препоручена литература:			
Број часова активне наставе			
Теоријска настава: 0		Практична настава: 0	
Студијски истраживачки рад: 75		Други облици наставе:	
Методе извођења наставе: Настава се изводи применом следећих метода: консултативна настава са ментором, самостално претраживање литературе, експериментални рад, други облици наставе.			
Оцена знања: Усмени специјалистички испит 100 поена.			
Предиспитне обавезе	Поени	Завршни испит	Поени

Активност у току предавања	0	Практични испит	
Практична настава	0	Писмени испит	0
Колоквијуми		Усмени испит	
Семинари	0		
Остало			

Универзитет у Београду Фармацеутски факултет	Специјалистичке академске студије ФАРМАЦЕУТСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ		
Студијски програм: Фармацеутски менаџмент и маркетинг			
Назив предмета: Дигиталне технологије у фармацији			
Наставник: Валентина Д. Маринковић, Андријана М. Милошевић Георгиев, Марина М. Одаловић			
Статус предмета: изборни			
Семестар: II		Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5		Шифра предмета: СФММИ1	
Услов: нема			
Циљ предмета: Упознавање са предностима дигиталних технологија у пословања у фармацији и друштву. Заштита електронских података и пацијената/потрошача од могућих злоупотреба на интернет простору. Регулатива електронског пословања у фармацији.			
Исход предмета: Разумевање значаја и предности дигиталних технологијеа у модерном друштву. Овладавање економским, социјалним, правним и маркетиншким оквирима за електронско пословање у фармацији и здравству.			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Увод у употребу дигиталних технологија у пословању. Вођење послова на интернету (куповина, продаја, организација пословања у мрежном окружењу, организовање пословне комуникације према свим заинтересованим странама, брига о клијентима). Комбинована употреба информационих технологија и телекомуникација. Економски, правни и социјални аспекти фармацеутског електронског пословања и регулаторни оквир. Интернет платформа за комерцијалне активности и промоција индустрије здравља. Интегритет података и заштита потрошача. Начини за ефикасније пословање и уштеду у трошковима. Кодекси који регулишу пословање које се остварује путем интернета. Е- пословање у апотекарској пракси и интернет апотека. Етички аспекти е-апотекарства и регулаторни оквир. Основни концепти и принципи е-здравља и м-здравља. <i>Практична настава</i> У оквиру вежби се проучавају, анализирају и дискутују практични примери теоријских наставних јединица. Анализа промотивних активности фармацеутских производа путем дигиталних технологија. Web окружење, е-платформа за радне процесе као извор конкурентне предности. Анализа регулативе е-продаје медицинских производа/услуга. Управљање квалитетом информација на интернету. Интернет окружење, електронска платформа за радне процесе као извор конкурентне предности. Анализа регулативе продаје путем интернета медицинских производа/услуга.			
Препоручена литература: 1. Тасић Љ. Фармацеутски менаџмент и маркетинг. Београд: Плацебо; 2007. 2. Nagles K, Da Cruz P, Muller MC. Virtuel Companies Becoming a Reality in Healthcare. Drugs; 2001. 3. Celi L.A.G, et al. Global Health Informatics: Principles of eHealth and mHealth to Improve Quality of Care. 1 st Ed. Cambridge, MA: The MIT Press; 2017.			
Број часова активне наставе			
Теоријска настава: 30		Практична настава: 30	

Студијски истраживачки рад: 15		Други облици наставе: 15	
Методе извођења наставе:			
Предавања ex katedra, практична настава (анализе случајева, радионице, панел дискусије, домаћи задаци, on-line форум и стручна пракса); Оцена исхода учења: писмени испит-завршни тест.			
Оцена знања:			
Предиспитне обавезе	Поени	Завршни испит	Поени
Активност у току предавања	20	Практични испит	
Практична настава	20	Писмени испит	50
Колоквијуми		Усмени испит	
Семинари	10		
Остало			

Универзитет у Београду Фармацеутски факултет	Специјалистичке академске студије ФАРМАЦЕУТСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ		
Студијски програм: Фармацеутски менаџмент и маркетинг			
Назив предмета: Пословна комуникација у фармацији			
Наставник: Душанка М. Крајновић, Валентина Д. Маринковић			
Статус предмета: изборни			
Семестар: II		Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5		Шифра предмета: СФММИ2	
Услов: нема			
Циљ предмета: Упознавање са значајем комуникације (са пацијентима/грађанима, здравственим радницима и пословним партнерима). Индивидуални, организациони и лични фактори који утичу на пословну комуникацију.Упознавање стилова комуникација и управљање информацијама. Комуникација у кризној ситуацији. Значај и појам односа са јавношћу.			
Исход предмета: Полазник је оспособљен да ефективно комуницира са грађанима/пацијентима и здравственим радницима и примењује различите стилове и технике пословне комуникације. Студент разуме појам и елементе корпоративне културе, друштвене одговорности и културолошког контекста у комуникацији, као и здравствену и фармакотерапијску писменост, и квалитет живота у вези са здрављем.			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Појам и значај комуникације за савремено фармацеутско пословање (аспект произвођача, пацијента, друштва). Модел процеса комуникације, врсте комуникација (вербална, невербална, писана комуникација) и пословна култура (етички, културолошки, друштвени аспект и апотекарска култура). Карактеристике пословног комуницирања и фактори који утичу на пословну комуникацију. Комуникација унутар организације, нивои и ток комуникације. Управљање квалитетом комуникација (стандарди добрих комуникација). Глобално пословно окружење и култура (источна и западна култура). Квалитет живота у вези са здрављем (општа и специфична знања и вештине комуникације). Фармацеутска култура (интегрисане комуникације, комуникација у виртуелном, јавном и здравственом простору). Специфични процеси комуникације у односу на циљну групу пацијената. Кризна комуникација. <i>Практична настава</i> У оквиру практичне наставе се проучавају, анализирају и дискутују практични примери и показне вежбе различитих облика, стилова вербалне и писане комуникације. Дизајнирање плана и програма маркетинг комуникације (нови лек; нови имиџ јавне апотеке). Анализе практичних примера комуникација. Припрема за комуникацију са пацијентима и здравственим радницима (специфичности). Разматрање елемената писане комуникације. Пример писане комуникације и анализа. Примена алата за истраживање писмености, ставова, навика и понашања пацијената. Симулација конференције зе штампу и комуникације у кризној ситуацији.			
Препоручена литература: 1. Тасић Љ, Крајновић Д, Јоцић Д, Јовић С. Комуникација у фармацеутској пракси. Београд: Фармацеутски факултет Београд; 2011. 2. Beardsley SR, Kimberlin LC, Tindall NW. Communication Skills in Pharmacy Practice. 5nd ed. Baltimore: Lippincott Williams & Wilkins; 2008. 3. Berger B. Communication skills for pharmacists: Building relationships, Improving Patient care. 3rd ed. Washington: Americal			

Pharmaceutical Association; 2009.

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 30

Практична настава: 30

Студијски истраживачки рад: 15

Други облици наставе: 15

Методе извођења наставе:

Предавања ex katedra, практична настава (анализе случајева, радионице, панел дискусије, домаћи задаци, on-line форум и стручна пракса); Евалуација наставе: писмени испит.

Оцена знања:

Предиспитне обавезе	Поени	Завршни испит	Поени
Активност у току предавања	20	Практични испит	
Практична настава	20	Писмени испит	50
Колоквијуми		Усмени испит	
Семинари	10		
Остало			

Универзитет у Београду Фармацеутски факултет	Специјалистичке академске студије ФАРМАЦЕУТСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ		
Студијски програм: Фармацеутски менаџмент и маркетинг			
Назив предмета: Иновативни приступи у фармацеутском пословању			
Наставници: Валентина Д. Маринковић, Андријана М. Милошевић Георгиев, Марина М. Одаловић			
Статус предмета: изборни			
Семестар: II		Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5		Шифра предмета: СФММИЗ	
Услов: нема			
Циљ предмета: Упознавање са новим технологијама у фармацији и њиховим утицајима на обликовање нових здравствених услуга. Упознавање са правним и етичким оквирима развоја нових производа и технологија и преноса нових знања. Разумевање начина како се управља пројектима и ризицима у савременом фармацеутском пословању. Сагледавање утицаја нових иновативних приступа и технологија на промену тренутних улога здравствених радника. Упознавање са терминологијом и правним оквиром патената.			
Исход предмета: Након овог предмета полазници ће бити оспособљени да разматрају и критички анализирају: утицај нових инвативних технологија на здравствени систем; начине за продужење животног циклуса производа укључујући и аспект патентног права; употребу различитих платформи/медијума за испоруку нових технологија; начине за унапређење здравствених услуга.			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Нови трендови у истраживању и развоју у оквиру фармацеутске индустрије. Менаџмент развоја нових фармацеутских иновативних технологија и заштита интелектуалних права. Ексклузивност података (<i>data exclusivity</i>). Анализа конкуренције. Иновације и предузетништво – специфичности фармацеутског пословања. Управљање пројектима у вези са развојем нових производа/услуга. Упознавање са принципима одабраних ИСО стандарда у вези са пословањем у фармацији. Управљање новим знањем и трансфер технологија. Процеси идентификације, процене, анализе, контроле и минимизације ризика у различитом фармацеутском окружењу. Анализа доступних здравствених технологија у Србији и разматрање могућности иновација. <i>Практична настава</i> У оквиру вежби се проучавају, анализирају и дискутују практични примери претходних теоријских наставних јединица Анализа модела развоја нових здравствених технологија. Припрема плана развоја, увођења и контроле нових здравствених услуга. Анализа иновативности (производа/услуга) по изабраним критеријумима. Употреба алата за управљање ризицима. Анализа уговорних истраживачких организација у фармацеутском бизнису.			
Препоручена литература: 1. Ding et al. (eds.), Innovation and Marketing in the Pharmaceutical Industry. Springer Science+Business Media, New York 2014. 2. Тасић Љ, Маринковић В. Фармацеутски менаџмент и маркетинг. Универзитет у Београду – Фармацеутски факултет. Београд 2018. 3. WHO: The role of intellectual property in local production in developing countries Opportunities and challenges. WHO Press, World Health Organization, Geneva. 2016. 4 Z. Antonijevic (ed.), Optimization of Pharmaceutical R&D Programs and Portfolios: Design and Investment Strategy. Springer			

International Publishing Switzerland 2015.

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 30

Практична настава: 30

Студијски истраживачки рад: 15

Други облици наставе: 15

Методе извођења наставе:

Предавања ex katedra, практична настава (анализе случајева, радионице, панел дискусије, домаћи задаци, *on-line* форум и стручна пракса); Евалуација наставе: писмени испит.

Оцена знања:

Предиспитне обавезе	Поени	Завршни испит	Поени
Активност у току предавања	20	Практични испит	
Практична настава	20	Писмени испит	50
Колоквијуми		Усмени испит	
Семинари	10		
Остало			

Универзитет у Београду Фармацеутски факултет	Специјалистичке академске студије ФАРМАЦЕУТСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ		
Студијски програм: Фармацеутски менаџмент и маркетинг			
Назив предмета: Преговарање и одлучивање у фармацији			
Наставник: Валентина Д. Маринковић, Крајновић М. Душанка, Андријана М. Милошевић Георгиев			
Статус предмета: изборни			
Семестар: II		Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5		Шифра предмета: СФММИ4	
Услов: нема			
Циљ предмета: Упознавање и савладавање метода и техника за вођење ефективног преговарања у различитом пословном окружењу. Упознавање са значајем доношења одлука у здравственом и фармацеутском систему. Упознавање са методологијом процеса доношења одлука у здравственим технологијама. Сагледавање тимског рада у процесу одлучивања у систему здравствене заштите. Сагледавање последица донесених одлука на здравље и безбедност популације. Упознавање са процесним мапама за одлучивање на конкретним примерима из праксе.			
Исход предмета: Након наставе из овог предмета полазници ће бити упознати са основним методама, алатима и техникама у процесу преговарања, одлучивања и уговарања; начином доношења одлука у стратешком, тактичком и оперативном менаџменту; значајем доношења одлука које утичу на квалитет здравственог и фармацеутског система; значајем доношења одлука на одрживост здравственог и фармацеутског система.			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Процеси, врсте и начини преговарања у савременом фармацеутском окружењу. Планирање и основна начела у процесу преговарања. Уговарање и врсте уговора у фармацеутском окружењу (лиценцни уговори, уговори о заступању, уговори о тајности, уговори о снабдевању, комерцијални уговори, пословно технички уговори, уговори о квалитету). Процеси доношења одлука. Методе доношења одлука. Тимски рад у процесу одлучивања- групно одлучивање (share decision making). Значај доношења одлука на квалитет здравственог и фармацеутског система. Значај доношења одлука на одрживост здравственог и фармацеутског система. Социјални, психолошки и политички аспекти при доношењу одлука. Евалуација донесених одлука. <i>Практична настава</i> Полазници курса ће се током практичних вежби упознати са одговорности у тимском раду у процесима преговарања, одлучивања и уговарања, као и последицама донесених одлука на здравље и безбедност популације, на конкретним примерима у реалном здравственом систему Србије. Израда и тумачење различитих врста уговора. Поређење различитих модела одлучивања на примерима из фармацеутске праксе. Примери групног одлучивања (share decision making) на релацији фармaceut- пацијент.			
Препоручена литература: 1. Тасић Љ, Маринковић В. Фармацеутски менаџмент и маркетинг. Београд: Фармацеутски факултет; 2018. 2. Тасић Љ, Крајновић Д, Одаловић М, Лакић Д, Тадић И.. Фармацеутска пракса. Београд: Фармацеутски факултет; 2018. 3. Чупић М, Туммала ВМР, Сукновић М. Одлучивање: формални приступ. Београд: Факултет организационих наука; 2001.			

Број часова активне наставе			
Теоријска настава: 30		Практична настава: 30	
Студијски истраживачки рад: 15		Други облици наставе: 15	
Методе извођења наставе:			
Предавања ex katedra, практична настава (анализе случајева, радионице, панел дискусије, домаћи задаци, on-line форум и стручна пракса); Евалуација наставе: писмени испит.			
Оцена знања:			
Предиспитне обавезе	Поени	Завршни испит	Поени
Активност у току предавања	20	Практични испит	
Практична настава	20	Писмени испит	50
Колоквијуми		Усмени испит	
Семинари	10		
Остало			

Универзитет у Београду Фармацеутски факултет	Специјалистичке академске студије ФАРМАЦЕУТСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ		
Студијски програм: Фармацеутски менаџмент и маркетинг			
Назив предмета: Одабрана поглавља фармакоекономије			
Наставник: Драгана М. Лакић, Ивана Б. Тадић, Марина М. Одаловић			
Статус предмета: изборни			
Семестар: II		Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5		Шифра предмета: СФММИ6	
Услов: нема			
Циљ предмета: Упознавање са основним терминима и концептима: економије, здравствене економије, фармакоекономије. Упознавање и разматрање перспектива у фармакоекономским анализама. Упознавање са методама фармакоекономске анализе. Идентификовање и дефинисање трошкова и исхода од значаја за фармакоекономску анализу. Овладавање вештинама спровођења једноставних фармакоекономских анализа.			
Исход предмета: Полазници ће након овог предмета бити оспособњени да: на основу идентификације исхода предложи адекватну фармакоекономску анализу; у односу на перспективу студије идентификују све трошкове; да самостално спроведу једноставне фармакоекономске анализе..			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Увод у фармакоекономију. Исходи и трошкови. Израчунавање трошкова лечења. Врсте трошкова (директни и индиректни). Подкатегорије трошкова (укупни, просечни, маргинални, инкрементални). Процена трошкова. Дисконтовање. Перспективе при обрачунавању трошкова. Фармакоекономске анализе: делимичне и пуне фармакоекономске евалуације. Методе процене преференција пацијената и корисности (метода временског баланса, визуелно аналогна скала, Standard Gamble). Квалитет живота повезан са здрављем. <i>Практична настава</i> Израчунавање трошкова лечења. Ппримена делимичних и пуних фармакоекономских евалуација на једноставним примерима. Спровођење метода за процену преференција пацијената.			
Препоручена литература: 1. Drummond MF, Sculpher MJ, Claxton K, Stoddart GL, Torrance GW. Methods for the economic evaluation of health care programmes. 4 th Ed. New New York: Oxford University Press; 2015. 2 Gray AM, Clarke PM, Wolstenholme JL, Wordsworth S. Applied Methods of Cost-effectiveness Analysis in Healthcare. 3rd Ed. Oxford University Press 2012. 3. Rascati KL. Essentials of Pharmacoeconomics. 2 nd Ed. Wolters Kluwer, Philadelphia, 2012. 4. Bingefors K, Hedblom EC, Pashos CL, Torrance GW, Smith MD. Трошкови, квалитет и ishodi здравствене заштите – ISPOR knjiga termina. ISPOR 2003. Prevod na srpski. Beograd: ISPOR Serbian chapter; 2012. , 5. EUnetHTA. Methods for health economic evaluations - A guideline based on current practices in Europe, Guideline, 2015. Dostupno na: https://www.eunetha.eu/wp-content/uploads/2018/03/Methods_for_health_economic_evaluations.pdf			
Број часова активне наставе			

Теоријска настава: 30	Практична настава: 30		
Студијски истраживачки рад: 15	Други облици наставе: 15		
Методе извођења наставе:			
Предавања ex katedra, практична настава (анализе случајева, радионице, панел дискусије, домаћи задаци, on-line форум и стручна пракса); Евалуација наставе: писмени испит.			
Оцена знања:			
Предиспитне обавезе	Поени	Завршни испит	Поени
Активност у току предавања	20	Практични испит	
Практична настава	20	Писмени испит	50
Колоквијуми		Усмени испит	
Семинари	10		
Остало			

Универзитет у Београду Фармацеутски факултет	Специјалистичке академске студије ФАРМАЦЕУТСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ		
Студијски програм: Фармацеутски менаџмент и маркетинг			
Назив предмета: Одабрана поглавља фармакоепидемиологије			
Наставник: Марина М. Одаловић, Ивана Б. Тадић, Драгана М. Лакић			
Статус предмета: изборни			
Семестар: II		Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5		Шифра предмета: СФММИ7	
Услов: нема			
Циљ предмета: Стицање знања о основним појмовима и принципа у области фармакоепидемиологије. Стицање знања о селекцији узорка, изворима података и методолошким приступима у фармакоепидемиолошким истраживањима. Стицање знања и вештина за критичку евалуацију студија и информација из области фармакоепидемиологије. Стицање знања и вештина за примену фармакоепидемиологије у пракси.			
Исход предмета: Разумевање основних појмова и принципа у области фармакоепидемиологије. Разумевање основних принципа селекције узорка, познавање извора података и методолошких приступима у фармакоепидемиолошким истраживањима. Способност критичке евалуације фармакоепидемиолошких студија и информација из области фармакоепидемиологије. Познавање система дизајна фармакоепидемиолошких студија. Познавање и примена фармакоепидемиологије у пракси.			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Фармакоепидемиологија –појам и сврха. Основни принципи клиничке епидемиологије релевантни за фармакоепидемиологију. Фармакоепидемиологија у здравственом систему, индустрији, регулаторним телима и законским актима. Извори података у фармакоепидемиологији (спонтано пријављивање нежељених реакција на лекова, базе података, фармакоепидемиолошке студије). Дескриптивне студије (еколошке студије, приказ случајева, приказ серије случајева, студије пресека). Аналитичке студије (студије случај – контрола, кохортне студије). Мере повезаности (узрочност) у фармакоепидемиолошким студијама (апсолутни и релативни ризик, однос шанси). Величина узорка у фармакоепидемиолошким истраживањима. Грешке и типови грешака у фармакоепидемиолошким истраживањима. Примена фармакоепидемиологије у пракси (студије употребе лекова и одговарајуће мере (дефинисана дневна доза), евалуација и унапређење прописивања лекова, управљање ризицима, фармакоепидемиологија и системи рефундације трошкова). <i>Практична настава</i> Критичка анализа публикованих фармакоепидемиолошких студија са фокусом на методолошки приступ и публикованих резултате. Дизајн фармакоепидемиолошке студије. Израчунавање ризика у фармакоепидемиологији. Анализа употребе лекова употребом дефинисане дневне дозе.			
Препоручена литература: 1. Strom BL. Pharamcoepidemiology, 4th Ed. Chichester: John Wiley & Sons; 2005. 2. Hartzema AG, Porta M, Tilson HH. Pharmacoepidemiology. Cincinnati: Harvey Whitney; 1998 3. Гледовић З, Јанковић С, Јаребински М, Марковић-Денић Љ, Пекмезовић Т, Шипетић-Грујичић С, Влајинац Х. У: Влајинац Х, Јаребински М (уредници). Епидемиологија. Београд: Медицински факултет Универзитета у Београду; 2006.			

Број часова активне наставе			
Теоријска настава: 30		Практична настава: 30	
Студијски истраживачки рад: 15		Други облици наставе: 15	
Методе извођења наставе:			
Предавања ex katedra, практична настава (анализе случајева, радионице, панел дискусије, домаћи задаци, on-line форум и стручна пракса); Евалуација наставе: писмени испит.			
Оцена знања:			
Предиспитне обавезе	Поени	Завршни испит	Поени
Активност у току предавања	20	Практични испит	
Практична настава	20	Писмени испит	50
Колоквијуми		Усмени испит	
Семинари	10		
Остало			

Универзитет у Београду Фармацеутски факултет	Специјалистичке академске студије ФАРМАЦЕУТСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ		
Студијски програм: Фармацеутски менаџмент и маркетинг			
Назив предмета: Социјални маркетинг и ново јавно здравље			
Наставник: Душанка М. Крајновић, Маринковић Д. Валентина, Андријана М. Милошевић Георгиев			
Статус предмета: изборни			
Семестар: II		Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5		Шифра предмета: СФММИ8	
Услов: нема			
Циљ предмета: Упознавање са основним принципима, филозофијом и политикама јавног здравља и концептом новог јавног здравља. Овладавање методама јавно-здравствених истраживања и дизајнирања, мониторинга и евалуације јавно-здравствених програма и интервенција. Упознавање са основним техникама социјалног маркетинга и етичким дилемама које се могу јавити.			
Исход предмета: Полазник ефикасно дизајнира програме јавно-здравствених кампања и акција (нпр. поводом обележавања одређених датума из календара здравља и сл.); има вештине управљања програмима имплементације и евалуације Акционог плана превентивних здравствених активности за одређену популациону/е групу/е.			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Филозофија и политика јавног здравља и новог јавно здравље. Здравствена заштита и јавно здравље засновани на доказима. Здравствена заштита према нивоима превенције и за посебне популационе групе (жене и деца, радно-активно становништво, стари, сиромашни, избегло становништво, роми, људи који живе са инвалидитетом). Социјални утицаји, понашање и здравље (култура, породица, вршњаци), социјални концепт болести и здравља, веровања, ставови, знање, понашање (однос знања и понашања), ризично понашање, на индивидуалном, групном и популационом нивоу. Друштвени и културни обрасци понашања. Модели бизниса у новом јавном здрављу. Комуникације и медији и њихова улога у јавно здравственој политици. Промоција здравља и здравствено васпитање . Окружења за здравље. Социјални маркетинг. Методе јавно-здравствених истраживања (квалитативне и квантитативне) и дизајнирања, имплементације, мониторинга и евалуације програма јавног здравља. Етика у промоцији здравља и социјалном маркетингу. <i>Практична настава</i> Методе практичне наставе укључују активне анализе примера из праксе, учешће у креирању нацрта и идејних решења за различите пројекте и програме из области јавног здравља, са посебним освртом на допринос фармацеутског здравственог система у дизајнирању и имплементацији здравствено-васпитних интервенција и програма промоције, здравља и социјалног маркетинга.			
Препоручена литература: 1. WHO Regional Conference on the New European policy for Health-Health 2020. Health 2020 policy framework and strategy. Malta 2012. 2. Тасић Љ, Паројчић Д, Богавац-Станојевић Н, Илић К, Јовић С, Коцић-Пешић В. Промоција здравља и превенција болести жена у фармацеутској пракси. Београд: Фармацеутски факултет Универзитета у Београду; 2006. 3. Bradley P. Burls A.Ethics in Public and Community Health. New York: Routledge Taylor and Francis Group; 2000. 4. Bissell P, Traulsen J. Sociology and Pharmacy Practice. London: Pharmaceutical Press; 2005.			

Број часова активне наставе			
Теоријска настава: 30		Практична настава: 30	
Студијски истраживачки рад: 15		Други облици наставе: 15	
Методе извођења наставе:			
Предавања ex katedra, практична настава (анализе случајева, радионице, панел дискусије, домаћи задаци, on-line форум и стручна пракса); Евалуација наставе: писмени испит-завршни тест.			
Оцена знања:			
Предиспитне обавезе	Поени	Завршни испит	Поени
Активност у току предавања	20	Практични испит	
Практична настава	20	Писмени испит	50
Колоквијуми		Усмени испит	
Семинари	10		
Остало			

Контакт руководиоца студијског програма

Проф. др Валентина Маринковић

valentina.marinkovic@pharmacy.bg.ac.rs

Катедра за социјалну фармацију и фармацеутско законодавство