

СТРУКТУРА СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА

Специјалистичке академске студије Фармацеутски менаџмент и маркетинг имају за циљ да оспособе кадрове за успешно управљање ресурсима у процесима пословања. Поред тога овај програм има за циљ оспособљавање кадрова у спровођењу маркетиншких активности у складу са најсавременијим методама маркетинга. Исход ове специјализације је оспособљавање кадрова који ће се бавити организционим пословима и пословима маркетинга. Након завршених студија кандидати стичу назив „специјалиста фармације“. Услов за упис су завршене основне академске и дипломске академске студије или интегрисане академске студије у обиму од најмање 300 ЕСПБ бодова, тј. Фармацеутски факултет и факултете предвиђене овим студијским програмом (детаљније у стандарду 7). Овај програм садржи обавезне предмете (Фармацеутски менаџмент 1 и 2, Фармацеутски маркетинг, Информациони системи и технологије у фармацији и Управљање квалитетом у фармацији) изборни блок (Електронско пословање у фармацији, Комуникације у фармацији, Иновативни бизнис у фармацији, Преговарање и одлучивање у фармацији, Компетенције и управљање кадровима у фармацији, Одабрана поглавља фармакоекономије, Одабрана поглавља фармакоепидемиологије, Социјални маркетинг и ново јавно здравље), и израду завршног рада. Настава се изводи кроз рад са малим групама студената, индивидуални (менторски) рад, а методе рада су прилагођене броју студената (предавања, консултације, семинари, итд).

Бодовна вредност предмета: Фармацеутски менаџмент 1 10 ЕСПБ, Фармацеутски менаџмент 2 5 ЕСПБ, Фармацеутски маркетинг 10 ЕСПБ, Информациони системи и технологије у фармацији 5 ЕСПБ и Управљање квалитетом у фармацији 10 ЕСПБ. Изборни блок носи 5 ЕСПБ бодова.

Завршни рад има вредност од 15 ЕСПБ бодова.

За упис појединачних предмета нису предвиђени услови. Није предвиђен начин избора предмета других студијских програма. Услови за прелазак са других студијских програма у оквиру истих или сродних области студија су положени слични предмети изражени у најмање једнаком броју ЕСПБ бодова.

Предвиђене методе извођења наставе обухватају предавања, вежбе у оквиру радионица у чијем извођењу учествују наставници и сарадници а вежбе на конкретним примерима студенти изводе самостално. Предвиђене су и теоријске вежбе, семинарски радови и интерактивна настава. У оквиру извођења наставе студенти имају могућност да се упознају са појединим теоријским принципима из области коју обрађује дати модул, најсавременијим приступима решавања конкретних проблема и случаја из праксе чиме стиче сазнања и вештине од значаја за обављање будућих послова из области за коју се специјализује. Значајна пажња се посвећује самосталном истраживачком раду. Посебно мотивисани студенти имају могућност усмеравања ка самосталном истраживачком раду кроз индивидуални рад са ментором и укључивање у научноистраживачки рад. У свим облицима наставе је предвиђена примена рачунара.

СВРХА СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА

Сврха специјалистичких академских студија Фармацеутски менаџмент и маркетинг на Фармацеутском факултету је да студент стекне професионално образовање и стручна знања из области фармацеутског менаџмента и маркетинга.

Студенти треба да савладају одређене области значајне за фармацеутску струку, да савладају вештине и методе истраживања у датим областима те да се оспособе за самосталан рад у области у фармацеутског менаџмента и маркетинга. Овакав програм треба да оформи стручњаке који ће професионално и компетентно обављати посао у области специфичних фармацеутских дисциплина и даље унапређивати фармацеутску струку.

Свршени студент је оспособљен да разуме националне, европске и међународне законске прописе у фармацеутској делатности и да их примени у пракси по завршетку школовања. Оспособљен је да критички размишља, доноси одлуке и решава проблеме из одређених области фармацеутске струке и делатности за које се специјализује.

ЦИЉЕВИ СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА

Примарни циљ специјалистичких академских студија Фармацеутски менаџмент и маркетинг је да школује стручњака из области фармације као што је фармацеутски менаџмент и маркетинг. Упознавање кандидата са основним принципима фармацеутског менаџмента и маркетинга, информационалних технологија у фармацији, управљања квалитетом у фармацији, електронским пословањем и комуникацијама у фармацији, иновативног бизниса 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 усавшавају и стичу знања и вештине које их препоручују за рад у фармацеутској индустрији, 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 усавшавања (докторске студије) из области фармације или сродних дисциплина на домаћим или европским универзитетима.

КОМПЕТЕНЦИЈЕ ДИПЛОМИРАНИХ СТУДЕНАТА

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 употеби 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.

Курикулум


Током специјалистичких академских студија Фармацеутски менаџмент и маркетинг студентима се омогућава даље усавршавање знања, вештина и способности стечених током интегрисаних и дипломских основних студија фармације и других сродних дисциплина. Специјалистичке академске студије Фармацеутски менаџмент и маркетинг имају за циљ да оспособе кадрове за успешно управљање ресурсима у процесима пословања. Поред тога овај програм има за циљ оспособљавање кадрова у спровођењу маркетиншких активности у складу са најсавременијим методама маркетинга. Исход ове специјализације је оспособљавање кадрова који ће се бавити организационим пословима и пословима маркетинга. Специјалистичке студије трају годину дана и организоване су у два семестра. Обухватају укупно 5 обавезних, један изборни предмет и израду завршног рада. У првом семестру изучавају се следећи обавезни предмети: Фармацеутски менаџмент 1 (10 ЕСПБ), Фармацеутски менаџмент 2 (5 ЕСПБ), и Фармацеутски маркетинг (10 ЕСПБ). У другом семестру изучавају се обавезни предмети Информациони системи и технологије у фармацији (5 ЕСПБ) и Управљање квалитетом у фармацији (10 ЕСПБ) и један изборни предмет (изборни блок, 5 ЕСПБ). Студенти имају могућност да одаберу један од понуђених предмета: Електронско пословање у фармацији, Комуникације у фармацији, Иновативни бизнис у фармацији, Преговарање и одлучивање у фармацији, Компетенције и управљање кадровима у фармацији, Одабрана поглавља фармакоекономије, Одабрана поглавља фармакоепидемиологије и Социјални маркетинг и ново јавно здравље. Укупан фонд часова износи 720, а полагањем свих испита стиче укупно 60 ЕСПБ. Студент је обавезан да положи све испите према плану и програму специјалистичких студија, да би приступио припреми и одбрани завршног рада, у складу са Статутом Факултета и Правилником о специјалистичким академским студијама.

Распоред предмета по семестрима и годинама студија


Шиф. Пред.	Назив предмета	Сем.	П	В	ДОН	СИР	ЕСПБ	
ПРВА ГОДИНА								
1	СФММО1	Фармацеутски менаџмент 1	I	45	30	45	30	10
2	СФММО2	Фармацеутски менаџмент 2	I	30	30	15	30	5
3	СФММО3	Фармацеутски маркетинг	I	45	30	30	30	10
Укупно у првом семестру				120	90	90	90	25
4	СФММО4	Информациони системи и технологије у фармацији	II	30	30	15	30	5
5	СФММО5	Управљање квалитетом у фармацији	II	45	30	30	30	10
6		Изборни блок (1/8)	II	30	30	15	15	5
7	СФММЗР	Завршни рад	II					15
Укупно у другом семестру				105	90	60	75	35
Укупно				225	180	150	165	60
Часови активне наставе: П-предавања, В-вежбе, ДОН-други облици наставе (израда семинарског рада, стручна пракса, домаћи задатак, on-line форум), СИР-студијски истраживачки рад.								

Листа изборних предмета


Шифра предмета	Назив предмета	Семестар	ЕСПБ	Област
1	СФМ-МИ1	II	5	Социјална фармација
2	СФМ-МИ2	II	5	Фармацеутска пракса
3	СФМ-МИ3	II	5	Фармацеутска пракса
4	СФМ-МИ4	II	5	Фармацеутска пракса
5	СФМ-МИ5	II	5	Фармацеутска пракса
6	СФМ-МИ6	II	5	Социјална фармација
7	СФМ-МИ7	II	5	Социјална фармација
8	СФМ-МИ8	II	5	Социјална фармација
Укупно ЕСПБ			5	

<p>Универзитет у Београду Фармацеутски факултет</p>	<p>Специјалистичке академске студије ФАРМАЦЕУТСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ</p>	
<p>Студијски програм: Фармацеутски менаџмент и маркетинг</p>		
<p>Назив предмета: Фармацеутски менаџмент 1</p>		
<p>Наставник: Љиљана М. Тасић, Валентина Д. Маринковић</p>		
<p>Статус предмета: обавезни</p>		
<p>Семестар: I</p>	<p>Година студија: I</p>	
<p>Број ЕСПБ: 10</p>	<p>Шифра предмета: СФММО1</p>	
<p>Услов: нема</p>		
<p>Циљ предмета: Упознати се са основним принципима фармацеутског менаџмента. Упознавање са системима управљања квалитетом (СМК).</p>		
<p>Исход предмета: Ефикасно и ефективно организовање фармацеутских активности за успешну фармацеутску организацију у глобално-локалном окружењу. Израда стратегија и политике за стратешко позиционирање, бизнис/развојни план.</p>		
<p>Садржај предмета:</p> <p><i>Теоријска настава</i></p> <p>Општи појмови менаџмента; менаџмента здравственог система. Дефиниције менаџмента. Стратешко планирање: анализа утврђивања снага, слабости претње и шансе пословања (SWOT) и анализа полотичко економско социјално технолошких утицаја (PEST). Појам квалитета у фармацији. Појам тоталног менаџмента квалитетом и пословне изврности. Упознавање са менаџмент алатима и коришћење у реалним пословним системима. Бенчмаркинг. Систем уравнотежених индикатора (Balanced Score 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.</p> <p><i>Практична настава</i></p> <p>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, велледрогерија, производња. Стратегија, мисија и визија у фармацеутској организацији; структура, процеси и исходи пословних система и подсистема /сегмената фармацеутског пословања – апотека, велледрогерија, производња.</p>		
<p>Препоручена литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Тасић Љ. Фармацеутски менаџмент и маркетинг. Београд: Плацебо;2007. 2. Spilker B. Multinational Pharmaceutical Companies: principles and practices. 2nd ed. Boston: Ravens press; 1994. 3. WHO. Managing Drug Supply. 2nd Ed. Sterling: Kumarian Press; 1997. 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	
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 2		
Наставник: Љиљана М. Тасић, Валентина Д. Маринковић		
Статус предмета: обавезни		
Семестар: I	Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5	Шифра предмета: СФММО2	
Услов: нема		
Циљ предмета: Планирање и организовање фармацеутских активности у здравству и привреди на макро, мезо и микро ниво.		
Исход предмета: Познавање основа рационалне употребе лекова и фармакоекономије и значаја за фармацеутско пословање.		
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Савремени концепт фармацеутске праксе. 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, велерогија, индустрија). Управљање ризицима и доношење одлука у фармацеутским и здравственим системима. Управљање континуитетом пословања и одрживи развој. Кризни менаџмент- понашање у кризним ситуацијама. Безбедносни менаџмент- крађе, провале, корупција. Појам и стандарди друштвене одговорности. Употреба информационих технологија као система подршке у савременом фармацеутском пословању. Управљање пројектима као подршка реализацији бизнис плана. <i>Практична настава</i> У оквиру вежби проучавају се, анализирају и дискутују практични примери и симулирају ситуације у фармацеутским организацијама (теоријских наставних јединица). Методологије за израчунавање потребних количина лекова. Креирање и одбрана бизнис плана. Израда бизнис плана и анализа свих његових саставних јединица: анализа пословања, анализа окружења организације, финансијски план, предлог набавки, изводљивост и одрживост креираног плана.		
Препоручена литература: 1. Тасић Љ. Фармацеутски менаџмент и маркетинг. Београд: Плацебо; 2007. 2. Spilker B. Multinational Pharmaceutical Companies: principles and practices. 2nd ed. Boston: Ravens press; 1994. 3. WHO. Managing Drug Supply. 2nd Ed. Sterling: Kumarian Press; 1997. 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: 30	Практична настава: 30	

Студијски истраживачки рад: 30		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 маркетинг		
Наставник: Љиљана М. Тасић, Душанка М. Крајновић		
Статус предмета: обавезни		
Семестар: I	Година студија: I	
Број ЕСПБ: 10	Шифра предмета: СФММОЗ	
Услов: нема		
Циљ предмета: <p>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.</p>		
Исход предмета: <p>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 (приступ: произвођача, корисника/потрошача, друштва). Оспособљеност за анализу, регулаторних и етичких норми и пласирање производа и услуга ка стручној и општој јавности.</p>		
Садржај предмета: <p><i>Теоријска настава</i></p> <p>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.</p> <p><i>Практична настава</i></p> <p>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. Критичка анализа маркетиншких активности са аспекта етичких принципа, регулаторног оквира и заштите крајњих потрошача.</p>		
Препоручена литература: <ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler P. Marketing menadžment. Beograd: Data Status; 2006. 2. Тасић Љ. Фармацеутски менаџмент и маркетинг. Београд: Плацебо; 2007. 3. Spilker B. Multinational Pharmaceutical Companies: principles and practices. 2nd ed. Boston: Ravens press; 1994. 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: 30

Други облици наставе: 30

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: Информациони системи и технологије у фармацији		
Наставник: Љиљана М. Тасић, Ивана Б. Тадић		
Статус предмета: обавезни		
Семестар: II	Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5	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. <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 информација са интернета. Кодекси за оцену квалитета здравствених сајтова. Професионалне и социјалне мреже-евалуација учинка.		
Препоручена литература: 1. Тасић Љ. Фармацеутски менаџмент и маркетинг. Београд: Плацебо; 2007. 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: 30	Практична настава: 30	

Студијски истраживачки рад: 30		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: Управљање квалитетом у фармацији		
Наставник: Љиљана М. Тасић, Валентина Д. Маринковић		
Статус предмета: обавезни		
Семестар: II	Година студија: I	
Број ЕСПБ: 10	Шифра предмета: СФММО5	
Услов: нема		
Циљ предмета: <p>Упознавање са филозофијом управљања системима квалитета (МСК). Разумевање значаја увођења стандарда за добро пословање у фармацији. Разумевање добрих пракси у фармацији; оспособљавање за интеграције менаџмент система (фармацеутски систем квалитета (ФСК) и МСК)); упознавање са основним алатима за управљање ФСК и разумевање кључних индикатора перформанси (КИП).</p>		
Исход предмета: <p>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.</p>		
Садржај предмета: <p><i>Теоријска настава</i></p> <p>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.</p> <p><i>Практична настава</i></p> <p>У оквиру вежби се проучавају, анализирају и дискутују практични примери теоријских наставних јединица Поређење менаџмента система квалитета, свеукупног менаџмента квалитета и информационог 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).</p>		
Препоручена литература: <ol style="list-style-type: none"> Lee TH, Shiba S, Wood RC. Integrated management systems – A Practical Approach to Transforming Organizations. New York: John Wiley & Sons Inc ; 1999. Тасић Љ, Маринковић В. Квалитет у фармацији-од терорије до праксе. Београд: Фармацеутски факултет; 2012. Тасић Љ. Фармацеутски менаџмент и маркетинг. Београд: Плацебо; 2007. 		

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: 45

Практична настава: 30

Студијски истраживачки рад: 30


Други облици наставе: 30

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: 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: <i>Теоријска настава</i> У оквиру завршног рада је истраживачки рад студента у коме се он упознаје са методологијом истраживања у области фармацеутског менаџмента и маркетинга. Након обављеног истраживања студент припрема завршни рад у форми специјалистичког рада који садржи следећа поглавља: Увод, Теоријски део, Експериментални део, Резултате, Дискусију, Закључак и Преглед литературе. Након завршеног рада студент приступа јавној одбрани специјалистичког рада – усмени специјалистички испит пред комисијом. <i>Практична настава</i>			
Препоручена литература:			
Број часова активне наставе			
Теоријска настава: 0	Практична настава: 0		
Студијски истраживачки рад: 0	Други облици наставе: 0		
Методe извођења наставе: Настава се изводи применом следећих метода: теоријска настава, интернет, 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: Електронско пословање у фармацији		
Наставник: Љиљана М. Тасић, Ивана Б. Тадић		
Статус предмета: изборни		
Семестар: II	Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5	Шифра предмета: СФММИ1	
Услов: нема		
Циљ предмета: Упознавање са предностима електронског пословања у фармацији и друштву. Заштита електронских података и пацијената/потрошача од могућих злоупотреба на интернет простору. Регулатива електронског пословања у фармацији.		
Исход предмета: Електронско пословање 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 електронско пословање. Вођење послова на интернету (куповина, продаја, организација пословања у мрежном окружењу, организовање пословне комуникације према свим заинтересованим странама, бригаа 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. <i>Практична настава</i> У оквиру вежби се проучавају, анализирају и дискутују практични примери теоријских наставних јединица Анализа промотивних активности на електронском медијима произвођача фармацеутских производа. 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.		
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 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: Комуникације у фармацији		
Наставник: Љиљана М. Тасић, Душанка М. Крајновић, Војин Ракић		
Статус предмета: изборни		
Семестар: II	Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5	Шифра предмета: СФММИ2	
Услов: нема		
Циљ предмета: Значај комуникације са пацијентима/грађанима, здравственим радницима и пословним партнерима. Упознавање стилова комуникација и управљање информацијама. Значај и појам односа са јавношћу.		
Исход предмета: Оспособљавање за ефективно комуницирање са грађанима/пацијентима и здравственим радницима. (развијене вербалне и невербалне вештине комуникације). Разумевање корпоративне културе, друштвене одговорности и квалитета живота у релацији са здрављем.		
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Појам и значај комуникације за савремено фармацеутско пословање (аспект произвођача, пацијента, друштва). Врсте комуникација (вербална, невербална, писана комуникација) и пословна култура (етички, културолошки, друштвени аспект и апотекарска култура). Управљање квалитетом комуникација (стандарди добрих комуникација). Глобално пословно окружење и култура (источна и западна култура). Квалитета 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. <i>Практична настава</i> У оквиру вежби се проучавају, анализирају и дискутују практични примери теоријских наставних јединица. 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 ставова, навика и понашања пацијената. Симулација конференције зе штампу.		
Препоручена литература: 1. Тасић Љ, Крајновић Д, Јоцић Д, Јовић С. Комуникација у фармацеутској пракси. Београд: Фармацеутски факултет Београд; 2011. 2. Winfield AJ, Richards RME. Pharmaceutical Practice. Michigan: Churchill Livingstone; 1998. 4. Тасић Љ. Фармацеутски менаџмент и маркетинг. Београд: Плацебо; 2007. 5. Beardsley SR, Kimberlin LC, Tindall NW. Communication Skills in Pharmacy Practice. 5nd ed. Baltimore: Lippincott Williams & Wilkins; 2008.		
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: Иновативни бизнис у фармацији		
Наставник: Љиљана М. Тасић, Валентина Д. Маринковић		
Статус предмета: изборни		
Семестар: II	Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5	Шифра предмета: СФММИЗ	
Услов: нема		
Циљ предмета: <p>Упознавање са технологијама развоја новог фармацеутског производа и фармацеутских услуга. Правни оквир развоја нових производа и преноса нових знања и технологија. Упознавање са специфичностима и изазовима у развоју фармацеутског бизниса у глобалном и локалном окружењу. Упознавање са концептом малих и средњих предузећа у фармацији.</p>		
Исход предмета: <p>Оспособљеност да управљају развојем нових лекова/фармацеутским услугама. Разумевање управљања пројектима и ризицима у фармацеутском бизнису. Оспособљен за анализу патената. и пласирање нових иновативних подухвата ка слободном или органиченом тржишту у окружењу опште и стручне јавности.</p>		
Садржај предмета: <p><i>Теоријска настава</i></p> <p>Истраживање и развој у фармацеутској индустрији . Менаџмент развоја новог лека (молекула) и заштита интелектуалних права. Ексклузивност података (data exclusivity) у Србији, Европској унији и Америци. Развој генеричког лека. Анализа конкуренције. Улога представништва и заступништва у проширењу фармацеутског бизниса. Иновације и предузетништво – специфичности фармацеутског бизниса. Управљање пројектима развоја новог производа/услуга. Упознавање са принципима стандарда ИСО 10006 . Управљање новим знањем и трансфер технологија. Утицај глобализације на рационализацију фармацеутског пословања. Управљање ризиком у развоју фармацеутског бизниса. Стандарди за управљањем ризиком (ИСО 31000). Процеси идентификације, процене, анализе, контроле и минимизације ризика у различитом фармацеутском окружењу.</p> <p><i>Практична настава</i></p> <p>У оквиру вежби се проучавају, анализирају и дискутују практични примери претходних теоријских наставних јединица Анализа модела развоја нових лекова. Припрема плана развоја, увођења и контроле нове услуге у фармацији. Анализа иновативности (производи/услуге) по изабраним критеријумима. Алати за управљање ризицима. Симулација проширења делатности различитих фармацеутских организација (апотека, веледрогерија, фармацеутска индустрија). Анализа уговорних истраживачких организација у фармацеутском бизнису.</p>		
Препоручена литература: <ol style="list-style-type: none"> Hedley Rees: Supply chain management in the drug industry- Delivery Patient Value for Pharmaceutical and Biologics. New Jersey John Wiley & Sons;2011 Тасић Љ. Фармацеутски менаџмент и маркетинг. Београд: Плацебо; 2007. Илић-Стојановић С, Јовановић С, Ђорђевић С, Технолошки аспект заштите интелектуалне својине за фармацеутске производе и поступке. Графолик: Технолошки факултет Лесковац; 2005. Harpum P. Portfolio, program and project management in the pharmaceutical and biotechnology industries. New Jersey: John 		

Wiley & Sons; 2011.

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: Преговарање и одлучивање у фармацији		
Наставник: Љиљана М. Тасић, Валентина Д. Маринковић		
Статус предмета: изборни		
Семестар: II	Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5	Шифра предмета: СФММИ4	
Услов: нема		
Циљ предмета: <p>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.</p>		
Исход предмета: <p>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.</p>		
Садржај предмета: <p><i>Теоријска настава</i></p> <p>Процеси, врсте и начини преговарања у савременом фармацеутском окружењу. Планирање и основна начела у процесу преговарања. Уговарање и врсте уговора у фармацеутском окружењу (лиценци 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.</p> <p><i>Практична настава</i></p> <p>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 фармацеут- пацијент.</p>		
Препоручена литература: <ol style="list-style-type: none"> 1. Тасић Љ. Фармацеутски менаџмент и маркетинг. Београд: Плацебо;2007. 2. Тасић Љ, Маринковић В. Уред. Квалитет у фармацији –од теорије до праксе. Београд: Фармацеутски факултет; 2012. 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	
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: 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: СФММИ5	
Услов: нема		
Циљ предмета: Упознавање са принципима и техникама у управљању кадрова у фармацеутским организацијама. окружењу. Савладавање процеса у менаџменту људских ресурса. Дефинисање компетенци и перформанси фармацеута у различитом пословном окружењу.		
Исход предмета: Након наставе из овог предмета полазници ће бити упознати са основним методама, алатима и техникама у процесу управљања људским ресурсима. Полазници ће бити обучени да дефинишу, прате, евалуирају и унапређују компетенце и перформансе фармацеута у различитим фармацеутским окружењима фармацеутског система.		
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Људски ресурси- појам и значај. Процеси управљања кадровима у савременом фармацеутском окружењу. Коришћење психолошких тестова у евалуацији кадрова. Планирање, регрутација, селекција и развој кадрова. Оптимизација ресурса као последица глобализације у фармацеутском ланцу снабдевања. Делегирање и оснаживање. 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 кадровима- Закон о раду, уговор о раду. Материјални и нематеријални аспекти мотивације. Управљање временом. Компетенце фармацеута. Захтеване особине и вештине фармацеута у различитим фармацеутским 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 фармацеутском 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. Београд: Центар за издавачку делатност Економског факултета; 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-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: Одабрана поглавља фармакоекономије		
Наставник: Гуенка Петрова, Љиљана М.Тасић, Драгана М. Лакић		
Статус предмета: изборни		
Семестар: II	Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5	Шифра предмета: СФММИБ	
Услов: нема		
Циљ предмета: Стицање знања из области фармакоекономије. Овладавање методама фармакоекономске анализе.		
Исход предмета: Познавање и примена знања из области фармакоекономије. Познавање и примена фармакоекономских метода.		
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 методе: анализа минимизације трошкова, анализа односа трошкова и ефикасности, анализа односа трошкова и користи (cost/benefit), анализа односа трошкова и корисности (cost/utility). 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. Провера израчунатог. Практичан рад – примена анализе минимизације трошкова. Практичан рад – примена анализе односа трошкова и ефикасности. Практичан рад – примена анализе односа трошкова и користи. Практичан рад – примена анализе односа трошкова и корисности, година живота коригована у односу на квалитет (QALY). Начин спровођења метода за процену преференција пацијената. Одређивање квалитета живота једном од метода за мерење преференција пацијената. Типови упитника за мерење преференција. Упитници за мерење квалитета живота повезаног са здрављем. Начини кодирања / прецене преференција. Анализа добијених резултата.		
Препоручена литература: 1. Drummond MF, O'Brien B, Stoddart GL, Torrance GW. Methods for the economic evaluation of health care programmes. 2nd Ed. New York: Oxford University Press; 1997. 2. Bootman JL, Townsend RJ, McGhan WF. Principles of Pharmacoeconomics. 3rd Ed. Cincinnati: Harvey Whitney Books Company; 2005. 3. Новаковић Т, Тешић Д, Стефановић Д, Медић Г, Совтић Д. Водич за фармакоекономске евалуације у Србији. Београд: СФУС; 2011. 4. Berger ML, Bingefors K, Hedblom EC, Pashos CL, Torrance GW, Smith MD. Трошкови, квалитет и ishodi здравствене заштите – ISPOR књига термина. ISPOR 2003. Превод на српски. Београд: ISPOR Serbian chapter; 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: Одабрана поглавља фармакоепидемиологије		
Наставник: Љиљана М.Тасић, Драгана М. Лакић		
Статус предмета: изборни		
Семестар: II	Година студија: I	
Број ЕСПБ: 5	Шифра предмета: СФММИ7	
Услов: нема		
Циљ предмета: <p>Стицање знања из фармакоепидемиологије. Оспособљавање за критичку евалуацију информација из области фармакоепидемиологије. Овладавање методама фармакоепидемиологије.</p>		
Исход предмета: <p>Познавање и примена знања из фармакоепидемиологије. Способност критичке евалуације информација из области фармакоепидемиологије. Познавање и примена фармакоепидемиолошких метода.</p>		
Садржај предмета: <p><i>Теоријска настава</i></p> <p>Фармакоепидемиологија – дефиниције нежељених дејстава лекова. Врсте епидемиолошких истраживања. Методе истраживања (дескриптивна, аналитичка, експериментална). Здравствени исходи. Појмови инциденца и преваленца и разлике међу њима. Повезаност међу исходима (узрочност у епидемиологији). Појмови: однос, пропорција, стопа. Опште, стандардизоване и специфичне стопе. Типови епидемиолошких студија. Врсте дескриптивних студија (еколошке студије, приказ случајева и серије случајева). Аналитичке студије (студије случај – контрола, кохортне студије и студије пресека). Грешке и типови грешака у епидемиолошком истраживању. Демографске и социо – економске карактеристике пацијената / учесника у истраживању. Показатељи обољевања. Извори података о обољевању. Показатељи умирања. Проверавање информација о нежељеним дејствима лекова – методе скупљања података. Израчунавање ризичности лекова – фармакоепидемиолошка анализа. Испитивање употребе лекова.</p> <p><i>Практична настава</i></p> <p>Фармакоепидемиолошки системи – укључивање. Прављење извештаја о безбедности лека. Израчунавање ризика од нежељене реакције лека. Провера информације о нежељеном дејству. Одређивање типа студија. Анализа података истраживања. Критичка анализа публикованих епидемиолошких студија: анализа методологије студије, анализа резултата. Дизајнирање епидемиолошке студије. Анализа употребе лекова користећи јединицу ДДД.</p>		
Препоручена литература: <ol style="list-style-type: none"> 1. Strom BL. Pharamcoepidemiology, 4th Ed. Chichester: John Wiley & Sons; 2005. 2. Hartzema AG, Porta M, Tilson NH. 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	
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			

<p>Универзитет у Београду Фармацеутски факултет</p>	<p>Специјалистичке академске студије ФАРМАЦЕУТСКИ МЕНАЏМЕНТ И МАРКЕТИНГ</p>	
<p>Студијски програм: Фармацеутски менаџмент и маркетинг</p>		
<p>Назив предмета: Социјални маркетинг и ново јавно здравље</p>		
<p>Наставник: Љиљана М. Тасић, Душанка М. Крајновић</p>		
<p>Статус предмета: изборни</p>		
<p>Семестар: II</p>	<p>Година студија: I</p>	
<p>Број ЕСПБ: 5</p>	<p>Шифра предмета: СФММИ8</p>	
<p>Услов: нема</p>		
<p>Циљ предмета:</p> <p>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.</p>		
<p>Исход предмета:</p> <p>Ефикасно дизајнирање програма јавно-здравствених кампања и акција (нпр. поводом обележавања одређених датума из календара здравља и сл.); и вештина управљања програмима имплементације и евалуације Акционог плана превентивних здравствених активности за одређену популациону/е групу/е.</p>		
<p>Садржај предмета:</p> <p><i>Теоријска настава</i></p> <p>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. 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.</p> <p><i>Практична настава</i></p> <p>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.</p>		
<p>Препоручена литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> WHO Regional Conference on the New European policy for Health-Health 2020. Health 2020 policy framework and strategy. Malta 2012. 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. 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.

5. Coughlin Steven S, Soskolne Colin L, Goodman Kenneth W. Case Studies in Public Health Ethics. Washington: American Public Health Association; 1997.

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			