

	<p align="center">Комунальний заклад «Міжгірський медичний фаховий коледж» Закарпатської обласної ради</p>
	<p>ПРЕЗЕНТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</p>
	<p>Загальна інформація</p>
	<p>Фармацевтичний мерчандайзинг та психологія продажів (вибіркова)</p>
	<p><i>Освітньо-кваліфікаційний рівень:</i> фаховий молодший бакалавр</p>
<p><i>Спеціальність:</i></p>	<p>226 (I8) Фармація, промислова фармація (Фармація)</p>
<p><i>Освітньо-професійна програма:</i></p>	<p>Фармація</p>
<p><i>Рік та семестр вивчення:</i></p>	<p>2 (3) рік, III (V) семестр</p>
<p><i>Форма навчання:</i></p>	<p>очна</p>
<p><i>Обсяг:</i></p>	<p>3,0 кредити ЄКТС</p>
<p><i>Мова викладання:</i></p>	<p>українська</p>
<p><i>Форма підсумкового контролю</i></p>	<p><i>Диф.залік</i></p>
<p>Автор ВК</p>	<p>Шегда Аліна Сергіївна, спеціаліст.</p>
<p><i>Короткий опис</i></p>	
<p>Вимоги до початку вивчення</p>	<p>Ефективне опанування дисципліни базується на знаннях та вміннях, здобутих під час вивчення:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ фармакології ✓ психології спілкування; ✓ ІТ-технологій у фармації.
<p>Що буде вивчатися</p>	<p>Фармацевтичний мерчандайзинг Цей блок вивчає, як раціонально використовувати торговий зал аптеки для підвищення обсягів реалізації та зручності клієнта:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ зонування аптеки: поділ торгового залу на «гарячі» (місця з найбільшою увагою покупців) та «холодні» зони. ✓ правила викладки товарів: використання принципів «рівня очей», «рівня витягнутої руки», групування препаратів за нозологіями (захворюваннями) або фармакологічними групами. ✓ POS-матеріали: використання рекламних елементів (стопери, воблери, шелфтокери) в аптечному середовищі. ✓ Атмосфера аптеки: Вплив освітлення, колірної гами та чистоти на сприйняття аптечного закладу. <p>Психологія продажів та комунікація Цей розділ фокусується на взаємодії «провізор – клієнт» і перетворенні простої консультації на успішний продаж:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ типологія клієнтів: вивчення психотипів відвідувачів аптек та підбір відповідного стилю спілкування до кожного з них. ✓ алгоритм продажу: встановлення контакту, виявлення потреб клієнта, професійна презентація лікарського засобу та робота із запереченнями (наприклад, щодо високої ціни). ✓ етика та деонтологія: баланс між комерційним успіхом та професійною відповідальністю фармацевта. ✓ техніки допродажу: навички пропонувати супутні товари (наприклад, пробіотики до антибіотиків або вітаміни до засобів від застуди).
<p>Чому це цікаво/ треба вивчати</p>	<p>Вивчення цієї дисципліни дозволяє випускнику не просто «відпускати ліки», а стати ефективним консультантом, який:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ формує лояльність: клієнт повертається туди, де йому було комфортно та де його професійно обслужили. ✓ підвищує середній чек: завдяки правильному розташуванню товарів на полицях та вмінню грамотно пропонувати додаткові засоби. ✓ зменшує конфліктність: розуміння психології допомагає нівелювати агресію або незадоволення відвідувачів. <p>Це особливо актуально в умовах сучасної конкуренції між аптечними мережами, де сервіс та візуальна привабливість закладу стають вирішальними факторами.</p>
<p>Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями</p>	<p>1. Фахові (спеціальні) компетентності</p> <p>Це професійні інструменти, що дозволяють ефективно керувати аптечним простором:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Здатність організовувати раціональну викладку товарів: вміння застосовувати правила мерчандайзингу (принцип «стіни фортеці», «золотої полиці», групування за нозологіями) для полегшення вибору покупцеві. ✓ Навичка управління асортиментом та залишками: розуміння того, які товари мають бути у зоні максимальної видимості, а які – у зоні самообслуговування. ✓ Компетентність у використанні POS-матеріалів: вміння доречно розміщувати воблери, шелфтокери та інформаційні буклети, не перевантажуючи простір аптеки. ✓ Здатність до візуального аудиту: вміння оцінити

торговий зал очима покупця та вчасно виправити недоліки у викладці чи освітленні.

2. Психологічні та комунікативні компетентності

Ці навички перетворюють фармацевта на майстерного перемовника:

- ✓ Вміння визначати психотип клієнта: здатність швидко розпізнати потреби та емоційний стан відвідувача (тривожність, поспіх, агресія) і обрати відповідну стратегію спілкування.
- ✓ Володіння техніками ефективного продажу: навичка встановлення контакту, активного слухання та презентації товару через вигоду для пацієнта (модель «Властивість – Перевага – Вигода»).
- ✓ Здатність до професійної аргументації та роботи із запереченнями: вміння етично та впевнено відповідати на зауваження клієнта щодо високої ціни або недовіри до бренду.
- ✓ Навичка здійснення допродажу: вміння професійно рекомендувати супутні товари (наприклад, вітаміни до засобів від застуди), що підвищує якість лікування та середній чек аптеки.

3. Соціально-етичні компетентності

- ✓ Дотримання фармацевтичної деонтології: вміння поєднувати комерційні цілі аптеки з етичним обов'язком допомагати хворому, уникаючи «агресивного» продажу.
- ✓ Стресостійкість та конфліктологія: здатність зберігати професіоналізм та спокій у роботі з «важкими» клієнтами, запобігаючи переростанню непорозумінь у відкриті конфлікти.