

АЛҒЫСӨЗ

Менеджмент және маркетинг негіздерін меңгеру, оларды ұйым, кәсіпорындар іс-әрекеттерінде қолдану басқару жүйесінің тиімділігін жоғарылатады.

Нарықтық бәсекелестік жағдайында кәсіпкерліктің қалыптасуы, кәсіпорындардың айналым заттарының жеткіліктілігін қамтамасыз ету, өндірістік шығындардың өсуі, өндірілетін өнім мен көрсетілетін қызмет түрлерінің бәсекеге қабілеттілігін күшейту және басқа да мәселелерді шешу, нарықты дамытатын қозғаушы күштер мен әдіс-тәсілдерді қолдануға бағытталған ұйым, кәсіпорындардың менеджмент және маркетинг негіздерін шығармашылық тұрғыда пайдалануларына тәуелді болады.

Фармация саласының даму тиімділігін қамтамасыз етуде дәрілік заттар айналымының ерекшеліктерін ескере отырып, менеджмент және маркетинг қағидаларын қолданудың және заман талаптарына сәйкес жетілдірудің маңызы үлкен.

Оқу құралында фармация саласындағы менеджмент пен маркетингтің теориялық-әдістемелік негізі, теориясы мен практикасы, фармацевтикалық ұйымдарды басқарудың менеджмент тұрғысынан ұйымдастырылуы, басқару әдістері мен функциялары, маркетинг ортасы, нарықты зерттеу мен сегменттеу, маркетинг жүйесіндегі тауарлар және тауарлар саясаты және басқа да оқу бағдарламасына сәйкес тақырыптық материалдар қамтылған.

Фармация саласындағы менеджмент және маркетинг негіздері мемлекеттік тілде алғаш жазылған оқу құралдарының біріне жатады. Сондықтан, ұсынылып отырған оқу құралы мемлекеттік тілде жазылған оқу құралдарының жетіспеушілігі олқылықтарының орнын толтырады деп сенеміз.

Оқу құралы жоғары және орта медициналық оқу орындарының «Фармация» мамандығы бойынша оқитын студенттеріне, магистранттарына ұсынылады. Сонымен қатар, оқу құралын фармация мамандығы бойынша білім жетілдіру факультеттерінің тыңдаушылары мен практикалық фармацевтикалық мамандардың да пайдалануларына болады.