

ПРАВИЛНИК О ФОРМИРАЊУ КОНАЧНЕ ОЦЕНЕ
ЗА ПРЕДМЕТ **МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦИЈИ**
НА ИНТЕГРИСАНИМ АКАДЕМСКИМ СТУДИЈАМА ФАРМАЦИЈЕ

Предмет Маркетинг у фармацији је изборни предмет на студијском програму Интегрисаних академских студија Фармације. Настава се изводи на V години, у току IX семестра (30 часова теоријске и 15 часова практичне наставе).

Рад и успех студената у савладавању програма предмета предметни наставници континуирано оцењују и изражавају поенима у току практичне и теоријске интерактивне наставе, кроз израду семинарског рада, и на завршном испиту кроз писмени испит, а према плану и програму који је унапред сачињен и објављен на почетку сваке школске године.

Испуњавањем предиспитних обавеза и полагањем завршног испита студент може освојити највише 100 поена и то на следећи начин:

Опис активности	Максималан број освојених поена
Предиспитне активности	до 60
Активност у току теоријске наставе	1-5
Активност у току практичне наставе	16-30
Семинарски рад	13-25
Завршни испит	до 40
Писмени испит	21-40

Да би приступио полагању завршног испита студент мора да освоји најмање 30 предиспитних поена. Да би положио завршни испит студент мора да освоји минимално 21 поена на писменом испиту.

Студент који је положио писмени испит а није задовољан завршном оценом, може приступити усменом испиту. У том случају студент може добити и мању оцену на усменом испиту, али не мању од 6.

Усмени испит се полаже у присуству најмање још две особе, уз студента и испитивача. Усмени испит се састоји из 3 питања из целокупног градива.

Оцене на писменом испиту на основу остварених поена према следећој скали:

Број поена	Оцена
0-20	5 (пет)
21-24	6 (шест)
25-28	7 (седам)
29-32	8 (осам)
33-36	9 (девет)
37-40	10 (десет)

Формирање коначне оцене на основу остварених поена врши се према следећој скали:

Број поена	Оцена	Опис
0-50	5 (пет)	није положио
51-60	6 (шест)	довољан
61-70	7 (седам)	добар
71-80	8 (осам)	врло добар
81-90	9 (девет)	одличан
91-100	10 (десет)	изузетан