

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Фармацевтический мерчандайзинг (техника продаж)»**

Основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы специалитета по специальности 33.05.01 Фармация, утвержденной 30.03.2022 г.

Форма обучения: очная

Срок освоения ОПОП ВО: 5 лет

Кафедра: Фармация

1. Цель дисциплины: в освоении студентами и приобретении ими навыков в области теории и практики фармацевтического мерчандайзинга (техника продаж) с целью принятия соответствующих управленческих решений, направленных на достижение поставленных целей, а также повышение уровня достоверности оценки бизнеса и управленческой работы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Фармацевтический мерчандайзинг (техника продаж)» относится к дисциплинам базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ФГОС ВО по специальности 33.05.01 Фармация.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций: УК-1, УК-4, ОПК-3.

Индикаторы достижения компетенций: ИДУК-1-1, ИДУК-1-2, ИДУК-1-3, ИДУК-1-4, ИДУК-4-1, ИДОПК-3-2.

В результате изучения дисциплины студент должен *знать*:

- основы экономической теории, экономических отношений и экономических систем, рыночные механизмы хозяйства, законы рынка труда, роль государства в экономике, экономические методы регулирования фармацевтического рынка;
- методы определения потребности и спроса на различные группы лекарственных средств;
- понятия о потребительной стоимости, потребительных свойствах фармацевтических товаров и медицинской техники и факторах, влияющих на них;

уметь:

- анализировать экономические проблемы и общественные процессы, быть активным субъектом экономической деятельности.
- рационально размещать в торговых залах и использовать стимулирование сбыта товаров ассортимента;

владеть:

- навыками использования экономических знаний при осуществлении фармацевтической деятельности;
- методами изучения спроса, формирования ассортимента и прогнозирования потребности в лекарственных средствах и других фармацевтических товарах;
- способами определения информационных потребностей потребителей лекарственных средств.

4. Общая трудоемкость дисциплины: составляет 3 зачетных единицы (108 часов).

5. Семестр: 9.

6. Основные разделы дисциплины:

1. Общие понятия мерчандайзинга. Принципы и правила мерчандайзинга в аптечных организациях.
2. Формирование образа аптеки.
3. Психологические аспекты общения фармацевтического работника и покупателя.

Авторы:

Заведующая кафедрой фармации ФГБОУ ВО СОГМА Минздрава России,

к.фарм.н., доцент



Бидарова Ф.Н.

Доцент кафедры фармации ФГБОУ ВО СОГМА Минздрава России,

к.фарм.н.



Цахилова Е.Н.