

№ ФАРМ-18

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-ОСЕТИНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ МЕДИЦИНСКАЯ
АКАДЕМИЯ» МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИИ
(ФГБОУ ВО СОГМА МИНЗДРАВА РОССИИ)**

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра фармации

**Методические рекомендации для аудиторной работы студентов по
управлению и экономике фармации 4 курса (8 семестр)**

основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы специалитета по специальности 33.05.01 Фармация,
утвержденной 26.02.2021 г

Бидарова Ф.Н., Цахилова Е.Н.

Владикавказ, 2021

Методические рекомендации для аудиторной работы студентов по управлению и экономике фармации 4 курса (8 семестр).

Занятие №1

ТЕМА: «Документальные источники научной фармацевтической информации. Виды АСПИ».

Введение: Результатом применения новых информационных технологий является предоставление пользователю интересующих его данных в виде информационных услуг на базе информационных продуктов. Среди многих разновидностей новых информационных технологий особое место занимают автоматизированные банки данных, предназначенные для решения различных информационных задач в интересах пользователей.

Мотивация.

Аптечные организации могут являться как пользователями автоматизированных банков данных, получая информацию по налогообложению, учетной политике, лекарствоведению, так и сами создавать такие базы с целью информационного обеспечения специалистов отрасли сведениями по лекарствоведению. Поэтому провизоры должны иметь знания в области новых информационных технологий и иметь навыки пользования компьютером.

Цели занятия: приобрести знания и умения по определению вида первичных документов и проведению аналитико-синтетической переработки информации первичных документов.

Студент должен знать:

1. виды первичных документов как источники информации и принципы их классификации.
2. основные виды АСПИ.

Студент должен уметь:

1. определять вид и осуществлять классификацию первичных документов.
2. проводить аналитико-синтетическую переработку информации (АСПИ).

Место проведения: учебная комната № 527

Время проведения занятия: 6 часов

Оснащение занятия:

1. Лекционный материал
2. Учебная литература.
3. Методические рекомендации к практическому занятию.

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ И БЮДЖЕТ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ.

1. *организационный момент - 5 минут*
2. *контроль исходного уровня знания - 15 минут*
3. *проверка выполнения самостоятельной работы студентов - 25 минут.*

- 4. Контрольный опрос устно, дискуссия - 70 минут**
- 5. Учебно-практическая работа - 135 минут**
- 6. Подведение итогов занятия - 15 минут**
- 7. Задание к следующему занятию - 5 минут**

Самоподготовка студентов к занятию:

Цель самоподготовки: выработать у студентов умение самостоятельного мышления в плане подготовки к практическому занятию, уметь пользоваться нужной учебной, нормативно-справочной, аналитической и дополнительной литературой, интернет ресурсами.

Контрольные вопросы самоподготовки к семинарскому занятию:

1. дайте определение понятия «информатика», «информация», «научная информация», «информационный продукт», «информационная услуга».
2. перечислите свойства научной информации.
3. что подразумевается под общественной природой научной информации?
4. почему научная информация не зависит от языка, носителя и ее создателя?
5. укажите виды научной информации.
6. свойства научной информации.
7. документ как источник информации, документальные информационные потоки, релевантные документы.
8. научная и деловая информация.
9. первичные и вторичные источники информации.
10. библиографическое описание, индексирование, аннотация, реферат, библиографический обзор, реферативный обзор, аналитический (критический) обзор.
11. технологии коммерческого распространения информации (удаленные банки данных, информационные продукты и услуги на технологических носителях).
12. для каких целей могут быть использованы вторичные издания?
13. какие периодические издания относятся к профильным?
14. Какова роль старения научной информации при формировании информационного фонда?
15. основные направления развития фармацевтической информации.
16. характеристика информационных продуктов и услуг.
17. понятие «База данных». Типы баз данных.

Рекомендуемая литература:

1. Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова
М.: Медицина, 2004.
2. Управление и экономика фармации: учебник ред. И.А. Наркевич
М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант студента»

<http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html>--

3. Лекционный материал.

Выполнение заданий на занятии:

Задание 1.

Изучить нормативные материалы, регламентирующие деятельность органов фармацевтической информации.

Задание 2.

Составить библиографическое описание по действующим правилам на одну статью из журналов “Новая аптека”, “Катрен стиль”, и др. за текущий год.

Задание 3.

Составить реферат, аннотацию предложенного источника информации.

Задание 4.

Провести классификацию и индексацию предложенного источника информации.

Задание 5.

Определить основные положения, которые войдут в информационные листы: а) врачей; б) населения.

Задание 6.

Составить информационный лист для: а) врачей; б) населения.

Контрольные вопросы:

1. Найдите правильный ответ.

Первичные документы классифицируют на:

1. опубликованные
2. неопубликованные
3. непубликуемые

2. Найдите соответствия.

Издания классифицируются:

1. по видам
2. по структуре
3. по периодичности
 - а) моноиздания
 - б) сборники
 - в) авторские
 - г) непериодические
 - д) периодические
 - е) официальные
 - ж) продолжающиеся

3. Найдите правильный ответ

Периодические издания:

1. выходят через неопределенные промежутки времени, неповторяющимися по содержанию, однотипно оформленными выпусками

2. выходят через определенные промежутки времени, повторяющимися по содержанию, однотипно оформленными выпусками

4. Найдите соответствия.

Вторичный документ - его характеристика:

1. библиографическое описание
2. аннотация
3. реферат
4. обзор
 - а) краткая характеристика ПД (содержание, назначение, форма и др.)
 - б) сокращенное изложение содержания ПД с основными факт. сведениями и выводами
 - в) сводная характеристика вопроса, извлеченная из нескольких ПД
 - г) совокупность приведенных по определенным правилам сведений о ПД, необходимых и достаточных для его характеристики и идентификации

5. Укажите правильный ответ.

К первичным научным документам относится:

1. Обзор.
2. Экспресс-информация.
3. Библиографический указатель.
4. Журнал.
5. Справочная литература.

6. Укажите правильный ответ.

К вторичным научным документам относится:

1. Монография.
2. Справочная литература.
3. Учебник.
4. Журнал.
5. Газета.

7. Найдите правильный ответ.

К обязательным элементам библиографического описания относятся:

1. заголовок
2. заглавие
3. тезисы
4. тираж
5. выходные данные
6. цена
7. количественные характеристики

Методические рекомендации для аудиторной работы студентов по управлению и экономике фармации 4 курса (8 семестр).

Занятие №2

ТЕМА: «Маркетинговые методы исследования информационных потребностей. Методические подходы к рекламированию ЛС».

Введение: Постоянное увеличение количества лекарственных средств на российском фармацевтическом рынке приводит к увеличению потока фармацевтической информации. Это усложняет работу врачей по выбору наиболее оптимальной фармакотерапии, и провизоров. С целью повышения качества медицинской и лекарственной помощи в настоящее время создается единая государственная система информации о лекарственных средствах.

Мотивация.

Необходимо комплексное изучение рынка информационных услуг и разработка рыночной стратегии и тактики организации, занимающейся коммерческим распределением информации. Провизор должен обладать навыками проведения мониторинга рынка информационных услуг и формирования программы информационного маркетинга на основании данных мониторинга.

Цели занятия: приобрести знания и умения по определению потребности различных субъектов фармацевтического рынка в информации. Сформировать профессиональные знания и умения по планированию рекламной компании по лекарственным препаратам и определить эффективность ее проведения.

Студент должен знать:

1. принципы классификации вопросов и методы обработки результатов анкетирования.
2. косвенные методы изучения информационных потребностей на основе анализа врачебной рецептуры
3. методы расчета эффективности различных форм информационной работы.
4. основные этапы планирования рекламы.
5. методы определения общей сметы расходов на рекламу и распределения запланированного бюджета по конкретным каналам распределения.
6. способы предварительной и реальной оценки экономической эффективности рекламной компании

Студент должен уметь:

1. определять вид, тип и техническую форму вопросов и осуществлять анализ результатов анкетирования.
2. рассчитывать частоту назначений врачами ЛП и полноту использования ими ассортимента ЛП.

3. определять эффективность различных форм информационной работы.
4. применять методы изучения информационных потребностей.
5. составлять план рекламных мероприятий по конкретным ЛП.
6. определять смету расходов на рекламные мероприятия.
7. рассчитывать эффективность проведенной рекламной компании.

Место проведения: учебная комната № 527

Время проведения занятия: 6 часов

Оснащение занятия:

1. Лекционный материал
2. Учебная литература.
3. Методические рекомендации к практическому занятию.

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ И БЮДЖЕТ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ.

1. *организационный момент - 5 минут*
2. *контроль исходного уровня знаний - 15 минут*
3. *проверка выполнения самостоятельной работы студентов - 25 минут.*
4. *контрольный опрос устно, дискуссия - 70 минут*
5. *учебно-практическая работа - 135 минут*
6. *подведение итогов занятия - 15 минут*
7. *задание к следующему занятию - 5 минут*

Самоподготовка студентов к занятию:

Цель самоподготовки: выработать у студентов умение самостоятельного мышления в плане подготовки к практическому занятию, уметь пользоваться нужной учебной, нормативно-справочной, аналитической и дополнительной литературой, интернет ресурсами.

Контрольные вопросы самоподготовки к семинарскому занятию:

1. понятие «информационная потребность».
2. характеристика потребностей информации.
3. какие черты присущи информационной потребности?
4. факторы, влияющие на информационную потребность.
5. критерии выбора информации.
6. прямые методы изучения информационных потребностей.
7. косвенные методы изучения информационных потребностей.
8. основные характеристики методов изучения информационных потребностей.
9. характеристика основных этапов изучения информационных потребностей прямыми методами.
10. классификация вопросов, используемых в прямых методах. порядок обработки полученных данных при проведении изучения
11. информационных потребностей субъектов фармацевтического рынка.

12. в чем заключается специфический характер информации о лекарственных средствах?
13. какие группы потребителей нуждаются в информации о лекарственных средствах?
14. характеристика основных этапов изучения информационных потребностей врачей косвенными методами.
15. порядок расчета показателей, используемых в косвенных методах.
16. дать определения понятиям: реклама, объект рекламирования, товар, ненадлежащая реклама.
17. дать определения понятиям: рекламоатель, рекламопроизводитель;
18. рекламораспространитель, потребители рекламы.
19. социальная реклама и спонсорская реклама.
20. роль рекламы в фармации.
21. типы рекламы.
22. нормативные документы, регламентирующие рекламу фармацевтических товаров.
23. требования, предъявляемые к рекламе лекарственных средств.
24. этапы разработки плана рекламы.
25. дать определение фирменного стиля фармацевтической организации.
26. правила разработки рекламного обращения.
27. виды рекламного психологического воздействия.
28. рекомендации по созданию рекламной продукции.
29. закономерности управления вниманием, восприятием, памятью, мышлением при проектировании рекламного продукта.
30. элементы фирменного стиля.
31. дать характеристику элементам фирменного стиля.
32. особенности разработки рекламы в местах продаж.
33. особенности разработки рекламы в оформлении товара.
34. мероприятия по формированию рекламы.
35. использование особенностей цвета в рекламе.
36. правила разработки рекламы в периодической печати.
37. правила разработки рекламы на телевидении.

Рекомендуемая литература:

1. Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова
М.: Медицина, 2004.
2. Управление и экономика фармации: учебник ред. И.А. Наркевич
М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант студента»
<http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html>
3. Лекционный материал.

Выполнение заданий на занятии:

Задание 1.

Определить вид и техническую форму вопросов в анкете.

Анкета №1.

1. Ваше образование:
 - а. среднее
 - б. высшее
 - в. другое (укажите какое)
 2. Ваша профессия: (укажите)
 3. Ваше местожительства:
 - а. г. Владикавказ
 - б. г. Алагир
 - в. г. Дигора
 - г. др. населен пункт (укажите какой)
 4. В каком году вы поступили в институт: (укажите)
 5. Оцените по 3-х бальной системе (1-не существенно, 2-существенно, 3- очень существенно) значимость следующих профессий для общества:
 - а. врач бал.
 - б. провизор бал.
 - в. художник ...бал.
 - г. учитель...бал.
 6. Устраивает ли Вас продолжительность практических занятий по УЭФ:
 - а. да
 - б. нет
 7. Оцените значимость УЭФ для практической деятельности
 - а. не существенно
 - б. существенно
 - в. очень существенно
1. Укажите вид сформулированного вопроса: качественный, альтернативный, количественный собственно-числовой, количественный ранжируемый, количественный с вербальной градацией. Для каждого вопроса - 1,2,3,4,5,6,7
 2. Укажите техническую форму для каждого сформулированного вопроса: закрытая, открытая, полужакрытая.

Задание 2.

Провести обработку результатов анкетирования.

Для выполнения задания использовать приведенную ниже анкету №2 и ответы студентов на вопросы, сформулированные в данной анкете.

Анкета №2

1. Ваш возраст (полных лет).....
2. Средний бал за последнюю сессию...
3. Экзаменационная оценка по управлению и экономике фармации.....
4. Занимаетесь ли Вы научной работой в СНО:
а) да - 1 б) нет - 0
5. Используете Вы дополнительную литературу при подготовке к занятиям:
а) да - 1 б) нет - 0
6. Оцените по 5-ти бальной системе важность источников информации для получения знаний по УЭФ (балл 5 ставится наиболее важному источнику):
1) учебник В.Л. Багировой 2) нормативные документы
3) методические рекомендации 4) лекции
5) практические занятия

Ответы на анкету №2.

Таблица 1

№ вопроса	№ респондента									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	24	24	22	21	22	26	22	28	25	21
2	3,4	3,8	4.1	4.3	4.1	3.6	4.3	4.1	3.7	4.0
3	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4
4	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
5	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
6.1	5	2	4	5	2	4	4	1	3	1
6.2	2	1	1	3	1	3	2	3	5	3
6.3	2	1	3	1	2	2	3	4	1	2
6.4	4	2	1	4	3	5	1	3	4	3
6.5	3	3	2	2	4	1	1	3	2	4

Алгоритм выполнения задания:

1 этап. Обработать ответы на АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ вопросы:

Определить % положительных ответов по формуле:

$$П = \text{Число положительных ответов} / \text{Общее число ответов} * 100$$

1.1. Обработка ответов на вопрос № 4

Например $П = 4 / 10 * 100 = 40 (\%)$ (студентов занимаются научной работой)

1.2. Обработка ответов на вопрос № 5

Например $\Pi = 2 / 10 * 100 = 20 (\%)$ (пользуются дополнительной литературой)

2 этап. Обработать ответы на СОБСТВЕННО-ЧИСЛОВЫЕ вопросы:

определить среднее значение показателя по формуле средней арифметической:

$$\text{Ср.} = (X_a + X_d + \dots X_n) / n$$

2.1. Обработка ответов на вопрос № 1

Например $\text{Ср.} = 22+20+24+\dots+22 = 23$ (года) (средний возраст студентов)

2.2. Обработка ответов на вопрос № 2

Например $\text{Ср.} = 4,5+3,9+4,2+\dots+4,0 = 4,0$ (средний бал за сессию)

2.3. Обработка ответов на вопрос № 3

Например $\text{Ср.} = 5+4+5+\dots+4 = 4,2$ (средняя экзамен. оценка по УЭФ)

3 Этап. Обработать ответы на РАНЖИРУЕМЫЕ вопросы: определить относительный уровень значимости каждого признака (источника информации)

3.1. Суммировать оценки всех 10 студентов по каждому источнику

3.1.1. Для источника 1

Например $a = 2+2+2+\dots+2 = 28$ (бал.)

3.1.2. Для источника 2

Например $a = 1+2+1+\dots+1 = 19$ (бал.)

3.1.3. Для источника 3

Например $a = 3+1+4+\dots+3 = 26$ (бал.)

3.1.4. Для источника 4

Например $a = 4+3+5+\dots+5 = 38$ (бал.)

3.1.5. Для источника 5

Например $a = 5+2+3+\dots+4 = 41$ (бал.)

3.2. Определить источник, набравший максимальную сумму баллов (наиболее значимый) (А)

Например $A = 41$ (Источник N5 - практические занятия)

3.3. Рассчитать относительный уровень значимости каждого источника информации по формуле: $\text{Ур. зн.} = a / A * 100\%$

3.3.1. Для источника 1

Например $\text{Ур.зн.} = 28 / 41 * 100 = 68,3 (\%)$

3.3.2. Для источника 2

Например $\text{Ур.ЗН.} = 19 / 41 * 100 = 46,3 (\%)$

3.3.3. Для источника 3

Например $\text{Ур.зн.} = 26 / 41 * 100 = 63,4 (\%)$

3.3.4. Для источника 4

Например $\text{Ур.зн.} = 38 / 41 * 100 = 92,7 (\%)$

3.3.5. Для источника 5

Например $\text{Ур.зн.} = 41 / 41 * 100 = 100,0 (\%)$

3.4. Проранжировать полученные данные (Ранг 1 для наиболее важного источника информации). Сформулировать вывод о важности конкретных источников информации для получения знаний по УЭФ.

Например: Наиболее важные источники: Практические занятия (ранг 1); лекции (ранг 2); учебник (ранг 3). Наименее важные: методички (ранг 4) и нормативная документация (ранг 5).

Задание 3.

Провести изучение информационных потребностей врачей косвенными методами.

1. Изучить частоту назначений врачами конкретных лекарственных препаратов.

Учесть представленные в таблице 2 результаты анализа рецептов, выписанных 5-тью врачами на антигистаминные ЛП.

Таблица 2.

	Наименования ЛП (Полная ассортиментная группа)	Число назначений врачами ЛП (по вариантам)			
		1 вар.	2 вар.	3 вар.	пример
1	Диазолин др. по 0.01 N20, упак.	26	12	7	30
2	Диазолин пор.	12	3	4	5
3	Димедрол табл. по 0.02 N10, упак	6	-	19	-
4	Димедрол табл. по 0.05 N10, упак.	24	-	-	10
5	Димедрол р-р 1X -1,0 амп. N6, упак.	62	55	38	50
6	Димедрол свечи 0.01 N10, упак.	4	12	-	20
7	Дипразин таб по 0.025 N20 таб	-	-	-	-
8	Дипразин р-р 2.5% -1.0 амп. N10, упак.	-	5	1	-
9	Задитен табл. по 0.001 N30, упак.	34	24	32	50
10	Интал капес N30, упак.	28	30	15	20
11	Кестин табл. По 0.01 N30 упак	12	3	4	10
12	Кларитин табл. по 0,01 N20 упак	32	-	8	15
13	Перитол табл. N20, упак.	28	6	12	5
14	Перитол сироп 100 мл, флакон	4	-	10	-
15	Супрастин р-р 2X -1.0 амп.'N 5 упак	-	-	-	-
16	Супрастин табл. по 0.025 N20, упак.	48	17	12	30

17	Тавегил табл. по 0.001 N20, упак.	24	-	4	20
18	Тавегил р-р 0.1X -2.0 амл N5, упак.	26	20	19	20
19	Телфаст табл по 0.12 N10 упак	14	-	5	10
20	Фенкарол табл по 0...025 N50, упак.	16	3	20	5
Всего:		400	190	210	300

Алгоритм выполнения задания.

Этап 1. Определить частоту назначений врачами конкретных ЛП по формуле:

$Ч = \text{Число назначений данного ЛП} / \text{Число назначений всех ЛП} * 100\%$

1.1. Для ЛП № 1. 1.2. Для ЛП № 2. 1.3. Для ЛП № 3.

Например $Ч = 30/300 * 100 = 10(\%)$ $Ч = 5/300 * 100 = 2(\%)$ $Ч = 0$

В а р и ант №

1.4. Для ЛП № 4. 1.5. Для ЛП № 5. 1.6. Для ЛП № 6.

Например $Ч = 10/300 * 100 = 3(\%)$ $Ч = 50/300 * 100 = 17(\%)$ $Ч = 20/300 * 100 = 7(\%)$

В а р и ант №

1.7. Для ЛП № 7. 1.8. Для ЛП № 8. 1.9. Для ЛП № 9.

Например $Ч = 0$ $Ч = 0$ $Ч = 50/300 * 100 = 17(\%)$

В а р и ант №

1.10. Для ЛП № 10. 1.11. Для ЛП № 11. 1.12. Для ЛП № 12.

Например $Ч = 20/300 * 100 = 7(\%)$ $Ч = 10/300 * 100 = 3(\%)$ $Ч = 15/300 * 100 = 5(\%)$

В а р и ант №

1.13. Для ЛП № 13. 1.14. Для ЛП № 14. 1.15. Для ЛП № 15.

Например $Ч = 5/300 * 100 = 2(\%)$ $Ч = 0$ $Ч = 0$

В а р и ант №

1.16. Для ЛП № 16. 1.17. Для ЛП № 17. 1.18. Для ЛП № 18.

Например $Ч = 30/300 * 100 = 10(\%)$ $Ч = 20/300 * 100 = 7(\%)$ $Ч = 20/300 * 100 = 7(\%)$

В а р и ант №

1.19. Для ЛП № 19. 1.20. Для ЛП № 20.

Например $Ч = 10/300 * 100 = 3(\%)$ $Ч = 5/300 * 100 = 2(\%)$

В а р и ант №

Результаты расчетов оформить в виде таблицы.

2. Изучить полноту использования врачами ассортимента лекарственных препаратов, используя данные таблицы 2.

Алгоритм выполнения задания.

1 этап. Определить полноту использования врачами ассортимента ЛП:

$П = \text{Арсенал ЛП врача} / \text{Число наименований ЛП в ассортименте} * 100\%$

Например $П = 15 / 20 * 100 = 75(\%)$

Вариант N

2 этап. Выявить неиспользованные врачом ЛП и составить перечень ЛП, по которым необходимо дополнительное информирование врача.

Например, ЛП, по которым необходимо дополнительное информирование врача:

1. Димедрол свечи 0.01 N10, упак.

2. Дипразин р-р 2.5% -1.0 амп. N10, упак.
3. Задитен табл. по 0.001 N30, упак.
4. Интал капс. N30, упак.
5. Кестин табл. По 0.01 N30 упак

Вариант №.....

Задание 1.

Иностранная фармацевтическая компания. Основана в 1987 г. В России продукция данной фирмы появилась лишь после аккредитации. Производит только оригинальные препараты; в ассортименте есть как рецептурные, так и безрецептурные ЛС. Есть рекламный отдел, ПР-отдел. При продвижении используется помощь рекламных агентств. Какие препараты подлежат рекламе (ответ обосновать). Какие виды рекламы могут быть использованы при продвижении препаратов фирмы.

Задание 2.

Определить размер рекламного бюджета.

Определить размер бюджета на продвижение в целом методом «процент от продаж». Данные представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Варианты	1	2	Пример
Доля затрат на продвижение от объема продаж, %	15	14	20
Объем продаж в текущем году, тыс. руб.	300	250	500
Увеличение объема продаж в план. году, %	5	10	10

Алгоритм решения задания 2.

Этап 1. Определение объема продаж в планируемом году по формуле:

$$\text{Об.} = \text{Объем продаж текущего года} + \text{Увеличение объема продаж в план. году}$$

$$\text{Например Об.} = 500 + (500 * 10 / 100) = 550 \text{ (тыс. руб.)}$$

Вариант №

Этап 2. Определение размера бюджета на продвижение в планируемом году по формуле:

$$P = \text{Объем продаж планируемого года} * \text{Доля затрат на продвижение} / 100$$

$$\text{Например } P = 550 * 20 / 100 = 110 \text{ (тыс. руб.)}$$

Задание 3.

Распределить запланированный рекламный бюджет по видам рекламы в зависимости от средств распространения, при этом сохранив их удельный вес на уровне текущего года.

Данные представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Варианты	1	2	Пример
Распределение рекламного бюджета по отдельным видам рекламы в зависимости от средств распространения, %:			
1. телевизионная реклама	95,0	96,0	97,0
2. реклама в прессе	3,0	2,5	2,0
3. радиореклама	1,5	1,0	0,5
4. наружная реклама	0,5	0,5	0,5
Рекламный бюджет планируемого года, тыс. руб.	900	500	1000

Алгоритм решения задания 4.

Этап 1. Определить расходы на телевизионную рекламу по формуле:

$$R_T = \text{Расходы на рекламу в планируемом году} * \text{Уд. вес телерекламы} / 100\%$$

Например $R_T = 1000 * 97,0 / 100 = 970$ (тыс. руб.)

Этап 2. Определить расходы на рекламу в прессе по формуле:

$$R_P = \text{Расходы на рекламу в план. году} * \text{Уд. вес рекламы в прессе} / 100\%$$

Например $R_P = 1000 * 2,0 / 100 = 20$ (тыс. руб.)

Этап 3. Определить расходы на радиорекламу по формуле:

$$R_R = \text{Расходы на рекламу в план. году} * \text{Уд. вес радиорекламы} / 100\%$$

Например $R_R = 1000 * 0,5 / 100 = 5$ (тыс. руб.)

Этап 4. Определить расходы на наружную рекламу по формуле:

$$R_N = \text{Расходы на рекламу в план. году} * \text{Уд. вес наружной рекламы} / 100\%$$

Например $R_N = 1000 * 0,5 / 100 = 5$ (тыс. руб.)

Задание 4.

Определить эффективность проведенной рекламной кампании. Определение экономического эффекта рекламной кампании по дополнительному товарообороту. Данные представлены в таблице 3.

Таблица 3.

Варианты	1	2	Пример
Среднедневной товарооборот до рекламного периода, тыс. руб.	10	12	14
Прирост среднедневного товарооборота за рекламный период, %	40	30	30
Количество дней учета товарооборота в рекламный период, дней	30	30	30
Торговая надбавка на товар, % к розничной цене	20	20	20
Расходы на рекламу, тыс. руб.	20	15	15
Дополнительные расходы по приросту товарооборота, тыс. руб.	4	7	5

Алгоритм решения задания 5.

Этап 1. Определение Дополнительного товарооборота под воздействием рекламы по формуле:

$$\text{Доп. т/о} = \text{Среднедн. т/о до рекламы} * \text{Прирост среднедн. т/о} * \text{Кол-во дн. уч. т/о} / 100\%$$

Например $\text{Доп. т/о} = 14 * 30 * 30 / 100 = 156$ (тыс. руб.)

Этап 2. Определение экономического эффекта рекламирования по формуле:

$$\text{Э} = \text{Доп. т/о} * \text{Торг. надбавка} / 100\% - (\text{Расходы на рекламу} + \text{Дополн. расходы})$$

Например $\text{Э} = 156 * 20 / 100 - (15 + 5) = 11,2$ (тыс. руб.)

Вывод: Проведенная рекламная кампания прибыльна, т.к. $\text{Э} > 0$.

Вариант № ... Проведенная рекламная кампания, т.к. $\text{Э} \dots$

Задание 5.

Определение реальной экономической эффективности проведенной рекламной кампании с помощью метода сопоставления. Данные представлены в таблице 4.

Таблица 4.

Варианты	1	2	3	Пример
Увеличение объема продаж в регионе, где проводилась рекламная кампания, тыс. руб.	1,0	2,0	0,6	1,8
Увеличение (+) или уменьшение (-) объема продаж в контрольном сегменте, тыс. руб.	+ 0,25	+ 0,30	- 0,20	- 0,20
Затраты на рекламу, тыс. руб.	0,40	0,50	0,30	0,40

Алгоритм решения задания 6.

Этап 1. Определить увеличение объема продаж (тыс. руб.) за счет рекламы по формуле:

$$Y = \text{Увел. Объем продаж после рекламы} - \text{Изменения в контрольном сегменте}$$

Например $Y = 1,8 - (-0,2) = 2,0$ тыс. руб.

Этап 2. Определить эффективность рекламной кампании (тыс. руб.) по формуле:

$$\Xi = \text{Увел. объема продаж за счет рекламы} - \text{Затраты на рекламу}$$

Например $\Xi = 2,0 - 0,4 = 1,6$ (тыс. руб.)

Задание 7.

Определить реальную экономическую эффективность проведенной рекламной кампании с помощью метода нормативных запасов. Данные представлены в таблице 6.

Таблица 6.

Варианты	1	2	Пример
Реализация ЛП без рекламы, тыс. руб. в год	120	100	36
Реализация ЛП после рекламы, тыс. руб. в год	140	120	54
Остатки (товарные запасы) ЛП без рекламы, тыс. руб.	220	120	20
Остатки ЛП после рекламы, тыс. руб.	150	80	15
Торговые наложения (уровень), %	27	29	25
Издержки обращения (уровень), %	24	26	20
Расходы по рекламе, млн. руб.	0,3	0,3	0,1

Алгоритм решения задания 7.

Этап 1. Рассчитать реализацию ЛП в день по формуле:

$$P = \text{Реализация в год} / 360$$

1.1. Реализация в день без рекламы

Например $P_1 = 36 / 360 = 0,1$ (тыс. руб.)

1.2. Реализация в день после

рекламы

$P_2 = 54 / 360 = 0,15$ (тыс. руб.)

Этап 2. Рассчитать дни запаса ЛП по формуле:

$$ДЗ = \text{Товарные запасы} / \text{Реализация в день}$$

1.1. Дни запаса без рекламы

Например $ДЗ_1 = 20 / 0,1 = 200$ (дн.)

1.2. Дни запаса после рекламы

$ДЗ_2 = 1,5 / 0,15 = 100$ (дн.)

Этап 3. Определить ускорение оборачиваемости товарных запасов по формуле:

$$У = \text{Дни запаса без рекламы} - \text{Дни запаса после рекламы}$$

Например $У = 200 - 100 = 100$ (дн.)

Этап 4. Определить уровень рентабельности (%) по формуле:

$$\text{Ур. рент.} = \text{Уровень торговых наложений} - \text{Уровень издержек обращения}$$

Например $\text{Ур. рент.} = 25 - 20 = 5$ (%)

Этап 5. Рассчитать прибыль в день (тыс. руб.) по формуле:

$$\Pi = \text{Уровень рентабельности} * \text{Реализация в день} / 100\%$$

Например $\Pi = 5 * 0,15 / 100 = 0,0075$ (тыс. руб.)

Этап 6. Рассчитать прибыль от рекламы (тыс. руб.) за счет ускорения оборачиваемости товарных запасов по формуле:

$$\text{Пр.} = \text{Прибыль в день} * \text{Ускорение оборачиваемости}$$

Например $\text{Пр.} = 0,0075 * 100 = 0,75$ (тыс. руб.)

Этап 7. Рассчитать эффективность рекламы по формуле:

$$\text{Эф.} = \text{Прибыль от рекламы} / \text{Расходы на рекламу}$$

Например $\text{Эф.} = 0,75 / 0,10 = 7,5$ (тыс. руб. / млн. руб.), т.е. на каждый млн. руб. расходов

на рекламу, прибыль от нее составляет 7,5 тыс. руб.

Контрольные вопросы:

1. Найдите правильный ответ.

Прямые методы - это:

1. целенаправленные беседы по заранее подготовленным, а также возникающим в процессе диалога вопросам
2. опросы по заранее разработанному перечню вопросов
3. основаны на опросе потребителей информации, ИП которых изучается
4. основаны на анализе документальных источников, отражающих деятельность потребителя информации, ИП которых изучается.

2. Найдите правильный ответ. Косвенные методы - это:

1. целенаправленные беседы по заранее подготовленным, а также возникающим в процессе диалога вопросам
2. опросы по заранее разработанному перечню вопросов

3. основаны на опросе потребителей информации, ИП которых изучается
4. основаны на анализе документальных источников, отражающих деятельность потребителя информации, ИП которых изучается.

3. Перечислите основные характеристики методов изучения ИП:

1. точность
2. трудоемкость
3. доступность
4. реализуемость
5. полнота
6. быстрота
7. время реализации
8. восприятие метода

4. В каком из предложенных вариантов верно отражена последовательность основных этапов маркетинговых методов изучений ИП.

1. составление программы исследования, составление плана исследования, сбор статистического материала, обработка информации, выводы и предложения.
2. составление плана исследования, составление программы исследования, сбор статистического материала, разработка информации, выводы и предложения.
3. составление программы исследования, составление плана исследования, разработка информации, сбор статистического материала, выводы и предложения

5. Найдите соответствия. Вопросы классифицируются:

1. по видам а) закрытые, б) открытые, в) буферные, г) качественные
2. по типам д) основные, е) ловушки, ж) количественные
3. по тех.формам з) альтернативные

6. Найдите правильный ответ.

К количественным вопросам относятся:

1. альтернативные
2. открытые
3. собственно-числовые
4. закрытые
5. ранжируемые
6. с вербальной градацией

7. Относительный уровень значимости вопроса – это:

1. Отношение максимальной оценки наиболее значимого вопроса к оценке конкретного вопроса, выраженное в %

2. Отношение суммарной оценки конкретного вопроса к максимальной оценке наиболее значимого вопроса, выраженное в %
3. Отношение суммы баллов, поставленных по данному вопросу каждым экспертом к оценке вопроса, набравшего максимальную сумму баллов, выраженное в %

8. Полнота использование ассортимента ЛП – это:

1. отношение числа назначений врачом конкретного ЛП к общему числу назначений, выраженное в %
2. отношение общего числа назначений врачом конкретного ЛП к числу назначений конкретного ЛП, выраженное в %
3. отношение существующего ассортимента ЛП к арсеналу врача, выраженное в %
3. отношение арсенала ЛП врача к существующему ассортименту, выраженное в %

9. Частота назначений ЛП - это:

1. отношение числа назначений врачом конкретного ЛП к общему числу назначений, выраженное в %
2. отношение общего числа назначений врачом конкретного ЛП к числу назначений конкретного ЛП, выраженное в %
3. отношение существующего ассортимента ЛП к арсеналу врача, выраженное в %
4. отношение арсенала ЛП врача к существующему ассортименту.

10. Найдите правильный ответ:

Одно из приоритетных направлений маркетинга, представляющее собой механизм передачи информации о товарах и услугах от фирмы – целевой аудитории – это:

- а. продвижение
- б. реклама
- в. связи с общественностью
- г. прямой маркетинг
- д. социальная реклама

11. К задачам продвижения относится все нижеперечисленное, кроме:

- а. мотивация покупателя и генерирование его потребностей;
 - б. информирование общественности о деятельности организации и ее продукции и формирование и поддержание доброжелательного отношения к организации и ее продукции;
 - в. стимулирование покупки-продажи товаров;
 - г. нейтрализация рекламы конкурентов;
 - д. обеспечение квалифицированной фармацевтической помощью населения.
3. Информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и

направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства, это:

- а. продвижение
- б. реклама
- в. связи с общественностью
- г. прямой маркетинг
- д. социальная реклама

12. Найдите соответствия:

- 1. В зависимости от объекта рекламы выделяют:
- 2. В зависимости от средств распространения выделяют:

- а. наружная реклама
- б. корпоративная реклама
- в. реклама на месте продажи
- г. печатная реклама
- д. товарная реклама
- е. реклама в СМИ
- ж. реклама на транспорте

13. Найдите правильный ответ.

К методам определения рекламного бюджета относят:

- а. процент от продаж
- б. по дополнительному товарообороту
- в. остаточные средства
- г. по уровню расходов в текущем периоде
- д. метод ранжирования
- е. по аналогии с конкурентами
- ж. метод «цель-и-задача»

14. Найдите соответствия:

- 1. методы определения реальной экономической эффективности рекламы
- 2. методы предварительной оценки эффективности рекламы
- а. метод портфельных испытаний
- б. метод сопоставления
- в. метод нормативных запасов
- г. по дополнительному товарообороту
- д. метод ранжирования

15. Найдите соответствия:

- 1. формальные признаки, совокупность которых позволяет отнести информационный материал к рекламе
- 2. этические критерии рекламирования лекарственных средств
- а. указание конкретной торговой марки
- б. координаты рекламодателя
- в. соответствие содержания рекламы фармакологическим данным о ЛС
- г. изображение ЛС или его упаковки
- д. описание только положительных свойств ЛС

е. недопустимость сравнения с аналогами

Методические рекомендации для аудиторной работы студентов по управлению и экономике фармации 4 курса (8 семестр).

Занятие №3

ТЕМА: «Маркировка лекарственных препаратов».

Введение: На фармацевтическом рынке России с 1 февраля 2017 года стартовал эксперимент по маркировке лекарственных препаратов в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 24 января 2017 г. №62. Основная цель внедрения маркировки – противодействие производству и обороту контрафактной и фальсифицированной продукции. Для реализации эксперимента была разработана специальная информационная система мониторинга движения лекарственных препаратов для медицинского применения (ИС МДЛП), первым оператором которой стала Федеральная налоговая служба, а затем полномочия перешли к Оператору ЦРПТ в единую национальную систему маркировки и прослеживаемости товаров Честный ЗНАК.

Мотивация. Согласно законодательству РФ маркировка лекарственных препаратов станет обязательным лицензионным требованием с 01.07.2020 года для всех участников в сфере обращения лекарственных средств: производителей, дистрибьюторов и аптек различных форм собственности, в том числе и медицинских учреждений, которые используют медикаменты для оказания медицинской помощи населению. Поэтому провизоры должны иметь знания в области новых информационных технологий и иметь навыки работы в ИС «Маркировка».

Цели занятия: сформировать профессиональные знания и умения по маркировке лекарственных препаратов в фармацевтических организациях.

Студент должен знать:

1. основные этапы внедрения маркировки ЛП.
2. основные понятия, используемые в маркировке ЛП.
3. нормативно-правовую документацию по маркировке ЛП.
4. порядок работы в МДЛП «Маркировка»

Студент должен уметь:

1. определять порядок регистрации в ИС «Маркировка».
2. определять порядок работы в МДЛП «Маркировка».

Место проведения: учебная комната № 527

Время проведения занятия: 6 часов

Оснащение занятия:

1. Лекционный материал

2. Учебная литература.

3. Методические рекомендации к практическому занятию.

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ И БЮДЖЕТ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ.

1. организационный момент - 5 минут

2. контроль исходного уровня знания - 15 минут

**3. проверка выполнения самостоятельной работы студентов
- 25 минут.**

4. Контрольный опрос устно, дискуссия - 70 минут

5. Учебно-практическая работа - 135 минут

6. Подведение итогов занятия - 15 минут

7. Задание к следующему занятию - 5 минут

Самоподготовка студентов к занятию:

Цель самоподготовки: выработать у студентов умение самостоятельного мышления в плане подготовки к практическому занятию, уметь пользоваться нужной учебной, нормативно-справочной, аналитической и дополнительной литературой, интернет ресурсами.

Контрольные вопросы самоподготовки к семинарскому занятию:

1. дать определение понятия Маркировка ЛП.
2. цели маркировки лекарственных препаратов.
3. нормативные документы, регламентирующие маркировку ЛП.
4. дайте определение понятиям: «агрегирование», «ввод в оборот лекарственных препаратов», «вывод из оборота лекарственных препаратов».
5. дайте определение понятиям: «первичная упаковка лекарственного препарата», «вторичная (потребительская) упаковка лекарственного препарата», «групповая упаковка», «третичная (транспортная) упаковка лекарственного препарата».
6. дайте определение понятиям: «глобальный идентификационный номер торговой единицы», «групповой код», «идентификатор применения», «индивидуальный серийный номер торговой единицы», «код проверки»
7. дать определение понятия «контрольный (идентификационный) знак (КИЗ) двухмерный код «DataMatrix»
8. этапы проведения маркировки ЛП в РФ.
9. правила подключения к МДЛП «Маркировка» субъектов фармацевтического рынка.
10. оборудование для работы аптечных учреждений в ИС «Маркировка».
11. программное обеспечение для работы аптечных учреждений в ИС «Маркировка».
12. дайте определение понятиям: «регистратор выбытия», «устройство регистрации эмиссии»
13. порядок работы аптеки с маркированными лекарственными

препаратами

Рекомендуемая литература:

1. Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова
М.: Медицина, 2004.
2. Управление и экономика фармации: учебник ред. И.А. Наркевич
М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант студента»
<http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html>--
3. Лекционный материал.

Выполнение заданий на занятии:

Задание 1.

Изучить методические рекомендации по работе в ИС «Маркировка».

Задание 2.

Изучить Постановление Правительства РФ от 14.12.2018 № 1556 «Об утверждении Положения о системе мониторинга движения лекарственных препаратов для медицинского применения», составить краткий конспект.

Задание 3.

Определить пошагово алгоритм регистрации аптечной организации в ИС «Маркировка».

Задание 4.

Приведите схемы работы по выводу из оборота маркированных лекарственных препаратов при осуществлении розничной торговли лекарственными препаратами и при отпуске лекарственных препаратов со скидкой по рецепту на лекарственные препараты.

Задание 5.

Какое оборудование и программное обеспечение вы будете использовать в аптеке при работе в ИС «Маркировка»

Контрольные вопросы:

1. Правовое регулирование маркировки лекарственных препаратов обеспечивается законами

- a) а) Федеральный закон от 28.12.2017г. №425-ФЗ
- b) б) Федеральным законом о рекламе
- c) в) Законом о правах пациента
- d) г) Гражданским Кодексом РФ

2. Цели маркировки ЛП включают:

- a) противодействие незаконному производству лекарственных препаратов на территории Российской Федерации;
- b) противодействие незаконному ввозу лекарственных препаратов на территорию Российской Федерации;
- c) противодействие незаконному обороту лекарственных препаратов на территории Российской Федерации;
- d) противодействие недобросовестной конкуренции в сфере оборота лекарственных препаратов;

- е) стандартизация и унификация процедур учета поставок и распределения лекарственных препаратов, в том числе закупаемых для государственных нужд.

3. К понятиям упаковки лекарственного препарата относятся все, кроме

- а) первичная упаковка
- б) вторичная упаковка
- с) третичная упаковка
- д) фасовочная упаковка**

Методические рекомендации для аудиторной работы студентов по управлению и экономике фармации 4 курса (8 семестр).

Занятие №4

ТЕМА: Модульное занятие.

Цель занятия: закрепить полученные знания и умения студентами по ранее изученным темам.

Форма контроля:

1. Тест
2. Вопросы по билету.
3. Ситуационные задания.

Контрольные вопросы:

1. дайте определение понятия «информатика», «информация», «научная информация», «информационный продукт», «информационная услуга».
2. перечислите свойства научной информации.
3. что подразумевается под общественной природой научной информации?
4. почему научная информация не зависит от языка, носителя и ее создателя?
5. укажите виды научной информации.
6. свойства научной информации.
7. документ как источник информации, документальные информационные потоки, релевантные документы.
8. научная и деловая информация.

9. первичные и вторичные источники информации.
10. библиографическое описание, индексирование, аннотация, реферат, библиографический обзор, реферативный обзор, аналитический (критический) обзор.
11. технологии коммерческого распространения информации (удаленные банки данных, информационные продукты и услуги на технологических носителях).
12. для каких целей могут быть использованы вторичные издания?
13. какие периодические издания относятся к профильным?
14. какова роль старения научной информации при формировании информационного фонда?
15. основные направления развития фармацевтической информации.
16. характеристика информационных продуктов и услуг.
17. понятие «База данных». Типы баз данных.
18. понятие «информационная потребность».
19. характеристика потребностей информации.
20. какие черты присущи информационной потребности?
21. факторы, влияющие на информационную потребность.
22. критерии выбора информации.
23. прямые методы изучения информационных потребностей.
24. косвенные методы изучения информационных потребностей.
25. основные характеристики методов изучения информационных потребностей.
26. характеристика основных этапов изучения информационных потребностей прямыми методами.
27. классификация вопросов, используемых в прямых методах.
28. порядок обработки полученных данных при проведении изучения информационных потребностей субъектов фармацевтического рынка.
29. в чем заключается специфический характер информации о лекарственных средствах?
30. какие группы потребителей нуждаются в информации о лекарственных средствах?
31. характеристика основных этапов изучения информационных потребностей врачей косвенными методами.
32. порядок расчета показателей, используемых в косвенных методах.
33. дать определения понятиям: реклама, объект рекламирования, товар, ненадлежащая реклама.
34. дать определения понятиям: рекламодатель, рекламопроизводитель;

- рекламораспространитель, потребители рекламы.
- 35.социальная реклама и спонсорская реклама.
 - 36.роль рекламы в фармации.
 - 37.типы рекламы.
 - 38.нормативные документы, регламентирующие рекламу фармацевтических товаров.
 - 39.требования, предъявляемые к рекламе лекарственных средств.
 - 40.этапы разработки плана рекламы.
 - 41.дать определение фирменного стиля фармацевтической организации.
 - 42.правила разработки рекламного обращения.
 - 43.виды рекламного психологического воздействия.
 - 44.рекомендации по созданию рекламной продукции.
 - 45.закономерности управления вниманием, восприятием, памятью, мышлением при проектировании рекламного продукта.
 - 46.элементы фирменного стиля.
 - 47.дать характеристику элементам фирменного стиля.
 - 48.особенности разработки рекламы в местах продаж.
 - 49.особенности разработки рекламы в оформлении товара.
 - 50.мероприятия по формированию рекламы.
 - 51.использование особенностей цвета в рекламе.
 - 52.правила разработки рекламы в периодической печати.
 - 53.правила разработки рекламы на телевидении.

Рекомендуемая литература:

1. Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова
М.: Медицина, 2004.
2. Управление и экономика фармации: учебник ред. И.А. Наркевич
М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант студента»
<http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html>--
3. Лекционный материал.

Методические рекомендации для аудиторной работы студентов по управлению и экономике фармации 4 курса (8 семестр).

Занятие №5

ТЕМА: «Методология управления. Модели и методы в фармацевтическом менеджменте».

Введение: Менеджмент определяется как способ, манера общения с людьми; власть и искусство управления; орган управления, административная

единица. Менеджмент переводится на русский язык как управление производством и как совокупность принципов, методов, средств и форм управления производством с целью повышения эффективности производства и его прибыльности.

Мотивация.

Управление аптеками (аптечными организациями) в условиях рынка представляет большую сложность, что объясняется расширением прав и ответственности аптечных организаций в условиях рыночных отношений, появлением новых хозяйственных связей, формированием рыночных механизмов в управлении. Современные проблемы аптечных организаций невозможно решить без знаний профессионального менеджмента.

Цели занятия: Овладеть основами методологии научного менеджмента. Получить навыки построения и анализа моделей. Изучить основные этапы эволюции управленческой мысли, основные школы управления, цели, функции и методы фармацевтического менеджмента.

Студент должен знать:

1. основы научного менеджмента.
2. взаимосвязь основных понятий, категорий науки управления.
3. законы, принципы, инструменты управления.
4. методологию изучения менеджмента: основные подходы.
5. вклад в современную науку менеджмента основных школ и теорий управления.
6. этапы эволюции науки управления.
7. фармацевтический менеджмент: цель, роль, функции и методы.

Студент должен уметь:

1. взаимосвязано рассматривать комплекс проблем управления.
2. использовать методологию менеджмента для анализа ситуаций.
3. дифференцировать основные управленческие подходы к анализу ситуаций.
4. осуществлять построение модели «древо целей», графических, сетевых графиков, концептуальных моделей.

Место проведения: учебная комната № 527

Время проведения занятия: 6 часов

Оснащение занятия:

1. Лекционный материал

2. Учебная литература.

3. Методические рекомендации к практическому занятию.

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ И БЮДЖЕТ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ.

1. организационный момент - 5 минут

2. контроль исходного уровня знания - 15 минут

*3. проверка выполнения самостоятельной работы студентов
- 25 минут.*

4. Контрольный опрос устно, дискуссия - 70 минут

5. Учебно-практическая работа - 135 минут

6. Подведение итогов занятия - 15 минут

7. Задание к следующему занятию - 5 минут

Самоподготовка студентов к занятию:

Цель самоподготовки: выработать у студентов умение самостоятельного мышления в плане подготовки к практическому занятию, уметь пользоваться нужной учебной, нормативно-справочной, аналитической и дополнительной литературой, интернет ресурсами.

Контрольные вопросы самоподготовки к семинарскому занятию:

1. Дайте основные определения менеджмента как науки, профессии, области знаний.
2. Что такое фармацевтический менеджмент.
3. Дайте определение субъекта управления и объекта управления.
4. Назовите основные научные школы менеджмента и этапы их формирования.
5. Перечислите общие подходы в теории управления. Системный, ситуационный и количественный подход к управлению.
6. Охарактеризуйте основные законы управления.
7. Назовите основные принципы управления.
8. Дайте определение управленческим технологиям, какие управленческие технологии вы знаете.
9. Какие общенаучные методы используются в фармацевтическом менеджменте.
10. Дайте определение модели. Какие виды моделей используются в фармации.
11. Какие цели организации вы знаете в зависимости от времени, повторяемости и приоритетности.
12. Расскажите о вкладе Ф.Тейлора, Г.Гантта в развитие науки об управлении.
13. Охарактеризуйте концепцию бюрократических организаций и вклад М.Вебера в развитие науки об управлении.
14. Расскажите об административной школе управления и вкладе А.Файоля в развитие науки об управлении.

15. Расскажите о гуманистическом менеджменте и школе человеческих отношений (Э.Мэйо и М.П.Фоллет)
16. Охарактеризуйте школу поведенческих наук, концепцию бихевиоризма, пирамиду Маслоу.
17. Расскажите о теории Д.МакГрегора и двухфакторной теории Ф.Герцберга.
18. Охарактеризуйте современные направления менеджмента.

Рекомендуемая литература:

1. Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова
М.: Медицина, 2004.
2. Управление и экономика фармации: учебник ред. И.А. Наркевич
М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант студента»
<http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html>--
3. Лекционный материал.

Выполнение заданий на занятии:

Задание № 1.

Приведите в соответствие:

№ п/п	Термин, понятие, личность	№п/п	Смысловое значение, характеристика, вклад в развитие науки об управлении
20.	Культура	1.	Функция управления
21.	Фредерик Тейлор	2.	Один из авторов “решетки менеджмента”
22.	Мотивирование	3.	Стиль руководства
23.	Миссия	4.	Вершина пирамиды потребностей
24.	Абрахам Маслоу	5.	Основоположник научного менеджмента
25.	Планирование	6.	Процесс передачи информации
26.	Власть	7.	Деление организации на блоки
27.	Неформальная группа	8.	Сознательное объединение действий людей, преследующее достижение определенных целей
28.	Самовыражение	9.	Процесс воздействия на человека с целью побуждения его к определенным действиям
29.	Макс Вебер	10.	Автор концепции администрирования и 14-ти базисных принципов менеджмента
30.	Департаментализация	11.	Выбор из имеющихся альтернатив

31.	Коммуникация	12.	Утверждение, раскрывающие смысл существования организации
32.	Конфликт	13.	Инструмент управления
33.	Принятие решения	14.	Трудно разрешимое противоречие
34.	Роберт Блейк	15.	Автор теории бюрократического построения организации
35.	Харизма	16.	Возможность влиять на поведение других
36.	Авторитарный	17.	Тип власти
37.	Анри Файоль	18.	Автор теории потребностей, известной как “пирамида потребностей”
38.	Организация	19.	Объединение людей на основе личных привязанностей, интересов

Задание № 2.

Модели менеджмента

Японская	Американская
Управленческие решения принимаются коллективно на основе единогласия	Индивидуальный характер принятия решений
Ответственность коллективная	Ответственность индиви Дуальная
Нестандартная, гибкая структура управления	Строго формализованная структура управления
Неформальная организация контроля	Четко формализованная процедура контроля
Коллективный контроль	Индивидуальный контроль руководителя
Замедленные оценка работы сотрудника и служебный рост	Быстрая оценка результата труда и служебный рост
Основное качество руководителя – умение осуществлять координацию действий и контроль	Главные качества руководителя – профессионализм и инициатива
Ориентация управления на группу	Ориентация управления на отдельную личность
Оценка управления по достижении гармонии в коллективе и по коллективному результату	Оценка управления по индивидуальному результату
Личные неформальные отношения к подчиненным	Формальные отношения с подчиненными
Продвижение по службе по	Деловая карьера обуславливается

старшинству и стажу работы	личными результатами
Подготовка руководителей универсального типа	Подготовка узкоспециализированных руководителей
Оплата труда по показателям работы группы, служебному стажу и т.д.	Оплата труда по индивидуальным достижениям
Долгосрочная занятость руководителя в фирме	Найм на работу на короткий период

Задание № 3.

Проранжируйте основные обязанности руководителей фармацевтических учреждений.

1. Контроль.
2. Решение проблем.
3. Планирование.
4. Неформальное и устное общение.
5. Общение с вышестоящими лицами.
6. Ответы на запросы подчиненных.
7. Обучение подчиненных.
8. Составление писем и деловых бумаг.
9. Создание и поддержание мотивационной атмосферы.
10. Распределение времени.
11. Посещение заседаний, совещаний.
12. Чтение и самообразование.
13. Деловые консультации с подчиненными.
14. Деятельность по налаживанию коммуникационных связей.
15. Представление организации.

Задание 4.

1. Смоделировать древо решений.
2. Какие методы и модели вы знаете? Дать их характеристику.

Контрольные вопросы:

1. В содержание понятия «менеджмент» не входит
 - а) процесс
 - б) искусство
 - в) закон
 - г) наука
 - д) практика
2. К основным подходам к управлению организацией не относится
 - а) системный
 - б) процессный
 - в) ситуационный
 - г) экологический

- д) традиционный
3. В фармацевтическом менеджменте не используются модели
- а) информационные
 - б) графические
 - в) экономико-математические
 - г) материальные
 - д) вербальные
4. В основе работы руководителя лежат такие функции менеджмента, как:
- а) организация
 - б) делегирование
 - в) руководство
 - г) координация
 - д) прогнозирование, планирование и контроль
5. К основным принципам управления относятся:
- а) централизация
 - б) специализация
 - в) полномочия и ответственность
 - г) вознаграждение персонала
 - д) все ответы верны
6. В зависимости от сферы деятельности организации определяются следующие виды менеджмента, кроме
- а) инновационного
 - б) финансового
 - в) нетрадиционного
 - г) кадрового
 - д) социального
7. Управленческий процесс создания и поддержания соответствия между целями предприятия и его потенциальными возможностями называется
- а) целеполаганием
 - б) финансированием
 - в) платежеспособностью
 - г) текущим планированием
 - д) стратегическим планированием
8. В качестве наиболее значимых инструментов управленческого воздействия не выступает
- а) иерархия
 - б) культура
 - в) рынок
 - г) закон
 - д) ни одно из вышеперечисленных
9. К основным функциям процесса управления относятся все, кроме
- а) контроля
 - б) коммуникации
 - в) организации

- г) планирования
- д) мотивации

Методические рекомендации для аудиторной работы студентов по управлению и экономике фармации 4 курса (8 семестр).

Занятие №6

ТЕМА: «Проектирование организационных структур и анализ структур управления в фармации. Координация деятельности на основе делегирования полномочий. Решение задач управления трудовыми ресурсами аптеки».

Введение: На российском фармацевтическом рынке функционирует большое число организаций, самые многочисленные – это аптечные организации. Аптека как организация — это социальная общность, включающая фармацевтов и других сотрудников, деятельность которых координируется руководством для достижения общей цели по удовлетворению потребности промежуточных и конечных потребителей в лекарственных препаратах и других товарах аптечного ассортимента.

Мотивация. Свойства и структура фармацевтической организации как объекта менеджмента зависят от ее вида, иерархического уровня и области деятельности. Для реализации основной цели аптеки нужна определенная организация. Организация – структура, в которой люди строят отношения и взаимодействуют между собой. Структура организации должна отражать основные цели и задачи предприятия, а, следовательно, быть подчиненной производству и меняться вместе с происходящими в нем изменениями. При планировании и организации, руководитель определяет, что должна делать организация, кто и что, по его мнению, должен делать. Чтобы достичь цели, руководитель должен побуждать и заставлять людей двигаться навстречу цели. Именно мотивация – процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения целей – заставляет людей выполнять ту или иную работу.

Цели занятия: научиться различать типы структур управления и организационных структур оптовых и розничных фармацевтических организаций, признаки департаментизации, овладеть основами кадрового менеджмента аптеки и получить навыки регулирования основных трудовых отношений.

Студент должен знать:

1. законы, принципы формирования организаций.
2. основные условия и порядок регламентации деятельности в фармацевтических организациях.
3. основные функции и направления кадрового менеджмента

фармацевтической организации.

4. основы действующего трудового законодательства РФ.
характеристики трудового аптечного коллектива.

Студент должен уметь:

1. определять типы структуры управления и организационной структуры различных фармацевтических организаций.
2. проектировать организационную структуру и рассчитывать штат аптечного учреждения в зависимости от его типа и объема работы.
3. распределять приоритеты дел и делегировать полномочия.
4. составлять основные документы по личному составу аптеки.
5. осуществлять прием, увольнение, переводы, перемещения и прочие виды работы с персоналом аптеки в соответствии с трудовым кодексом РФ, разрабатывать ФДИ для специалистов аптеки.

Место проведения: учебная комната № 527

Время проведения занятия: 6 часов

Оснащение занятия:

1. Лекционный материал
2. Учебная литература.
3. Методические рекомендации к практическому занятию.

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ И БЮДЖЕТ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ.

1. организационный момент - 5 минут

2. контроль исходного уровня знания - 15 минут

**3. проверка выполнения самостоятельной работы студентов
- 25 минут.**

4. Контрольный опрос устно, дискуссия - 70 минут

5. Учебно-практическая работа - 135 минут

6. Подведение итогов занятия - 15 минут

7. Задание к следующему занятию - 5 минут

Самоподготовка студентов к занятию:

Цель самоподготовки: выработать у студентов умение самостоятельного мышления в плане подготовки к практическому занятию, уметь пользоваться нужной учебной, нормативно-справочной, аналитической и дополнительной литературой, интернет ресурсами.

Контрольные вопросы самоподготовки к семинарскому занятию:

1. Дайте определение организации.
2. Назовите основные признаки организации.
3. Перечислите характеристики организации.
4. Расскажите о законах организации в статике и динамике.
5. Назовите принципы формирования фармацевтической организации.
6. Дайте характеристику этапов жизненного цикла организации.
7. Что включает в себя архитектура фармацевтической организации.
8. Дайте определение структуры организации.
9. Назовите основные виды структуры организации.

10. Что включает в себя организационная структура, назовите элементы структуры.
11. Какие нормы управляемости вы знаете. Их предназначение.
12. Дайте характеристику горизонтальным и вертикальным связям.
13. Назовите типы структур управления.
14. Перечислите основные характеристики оптимизации структуры.
15. Дайте определение организационному проектированию и департаментизации.
16. По каким признакам производят департаментизацию организации.
17. Перечислите разделы «Положения о структурном подразделении».
18. Основные механизмы функционирования предприятия: технологический и организационный.
19. Дайте определение ответственности, власти и полномочию.
20. Перечислите виды ответственности.
21. На какие виды и подвиды разделяют полномочия.
22. Дайте характеристику каналов власти.
23. Расскажите о преимуществах и недостатках централизации и децентрализации системы менеджмента организации.
24. Каковы причины делегирования полномочий.
25. Из каких этапов состоит процедура делегирования полномочий.
26. Дайте определение нормы управляемости.
27. Назовите принципы эффективности делегирования полномочий.
28. Какие документы в аптеке определяют полномочия и ответственность сотрудников.
29. Расскажите об основных функциях кадрового менеджмента.
30. Дайте характеристику системы управления персоналом.
31. Расскажите о главных принципах кадрового менеджмента.
32. Дайте определение понятия «трудовой коллектив».
33. Охарактеризуйте стадии формирования трудового коллектива.
34. Расскажите о видах структур трудового коллектива.
35. Расскажите о процедуре подбора кадров.
36. Дайте определение понятия «должность».
37. Что такое функционально-должностная инструкция.
38. Охарактеризуйте разделы функционально-должностной инструкции.
39. Расскажите об оценке работы персонала.
40. Охарактеризуйте типы менеджеров по уровням управления.
41. Охарактеризуйте функции руководителя.
42. Основные права и обязанности работника.
43. Основные права и обязанности работодателя.
44. Трудовой договор (сроки, виды).
45. Коллективный договор. Содержание и структура.
46. Оформление приема на работу.
47. Изменение трудового договора. Переводы работника на другую работу.
48. Прекращение трудового договора. Общие основания.

- 49.Трудовая книжка. Правила ведения и хранения трудовых книжек.
- 50.Техника безопасности; виды инструктажа аптечных работников, порядок проведения и регистрации.
- 51.Аттестация и сертификация фармацевтических специалистов.

Рекомендуемая литература:

1. Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова
М.: Медицина, 2004.

2. Управление и экономика фармации: учебник ред. И.А. Наркевич
М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант студента»

<http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html>--

3. Лекционный материал.

Выполнение заданий на занятии:

Задание № 1.

Взаимосвязь между целями и ресурсами фармацевтических организаций

Организа-ция	Материалы	Технологи-я	Кадры	Информация
Химико-фармацев-тический завод	Субстанции, лек. сырье	Заводское оборудован-ие	Инженеры, технологи, операторы	Учет и отчетность, договора с поставщиками и покупателями, анализ рынка
Аптека	ЛС, ИМН	Оборудован-ие аптеки	Зав.аптекой, провизоры, фармацевты	Отчет о фин.хоз.деят. учет хоз, действий.
Аптечные пункты и киоски	ЛС, ИМН	Оборудован-ие	Провизор, фармацевт	Учет и отчетность
Аптечные базы (склады)	ЛС, ИМН, лек. вещества	ЭВМ, контейнеры	Начальник АС, зав.отделом, грузчики	Учет в отделах, отчет о затратах на приобретение ЛС
ЦСиКК	Хим.реактив-ы, титр. р-ры	СФ, ФЭК, химическая посуда	Зав.лабораторией, провизор-аналитик, лаборанты	Отчеты о проведенных анализах, методическое обеспечение

Задание 2.

Составить схему использования принципов управления в аптеке и на аптечном складе..

Задание 3.

Проведите горизонтальное разделение труда в фармацевтической организации за счет образования подразделений, выполняющих специфические задания и добивающиеся конкретных специфических целей (каких?) заполните каждое подразделение штатом.

- Оптовая фармацевтическая фирма (дистрибьютор).

Задание 4.

Проведите горизонтальное разделение труда в фармацевтической организации за счет образования подразделений, выполняющих специфические задания и добывающиеся конкретных специфических целей (каких?) заполните каждое подразделение штатом.

- Аптека с отделом готовых лекарственных средств и рецептурно-производственным отделом.

Задача 5. Проведите примерное распределение обязанностей между заведующим аптекой и его заместителями.

№№ п/п	Обязанности работников	При наличии		
		1 зам.	2-х зам.	3-х зам.
1	2	3	4	5
1	Представительство в административных органах			
2	Заключение договоров			
3	Составление плана оргмероприятий			
4	Подбор, прием, расстановка Кадров			
5	Организация руководства Практикой			
6	Разработка должностных Инструкций			
7	Составление графика работы сотрудников			
8	Ведение делопроизводства			
9	Определение потребности в медикаментах			
10	Работа с дистрибьюторами			
11	Получение и прием медикаментов, размещение по местам Хранения			
12	Организация надлежащих условий хранения			
13	Отпуск товаров в мелкорозничную сеть и ЛПУ			
14	Учет различных контингентов больных, прикрепленных к аптеке			
15	Предметно-количественный учет			
16	Соблюдение санитарного режима и фармпорядка			
17	Контроль за сроками годности			
18	Контроль за весоизмерительным хозяйством			
19	Контроль бухгалтерских счетов			
20	Контроль бухгалтерских счетов			
21	Анализ и планирование торгово-финансовой деятельности			
22	Контроль за соблюдением цен			
23	Организация текущего и капитального ремонта			
24	Санитарно-просветительная работа с населением			
25	Прием граждан			
26	Организация гражданской Обороны			
27	Хозяйственные функции			
28	Охрана труда, техника безопасности			

29	Учет спецодежды			
30	Инспектирование подведомственной сети			

Задача 6.

Заведующая отделом ГЛС аптеки ООО «Союз» поручила провизору этого отдела З.А. Петрову изучить спрос на препараты парацетамола. В течение 3-х дней необходимо было регистрировать обращения за этими препаратами. Заместитель заведующего отделом, занимаясь пополнением товаров в материальной отдела, распорядилась, чтобы провизор З.А. Петров помогала ей. Провизор пыталась объяснить, что она выполняет задание заведующей отделом, но заместитель настояла на том, чтобы выполнялось ее поручение. В конце рабочего дня заведующая отделом высказала провизору недовольство за недоброкачественное выполнение ее задания. Какой принцип делегирования полномочий в данном случае нарушен

Задача 7.

Директор аптеки ООО «Панацея» поручила заведующей отделом отпуска лекарств без рецепта В.Э. Сомовой провести мероприятия по увеличению продажи витаминов, которые имеются в аптеке в широком ассортименте и большом количестве. Зав. отделом оформила новые витрины в торговом зале, снабдив каждую упаковку на витрине аннотациями, однако, ощутимых финансовых результатов это не дало. Тогда она решила провести рекламную кампанию, позвонила на студию кабельного телевидения, договорилась, что в течение недели 5 раз в день на экранах ТВ будет появляться информация об имеющихся в аптеке витаминах (текст рекламного объявления зав. ОГЛС написала сама). Директор ТВ вручил ей текст договора о рекламном обслуживании с указанием условий и порядка оплаты, причем текст рекламы должен был появиться на следующий день после подписания договора. Директор аптеки отказалась подписать договор и выделить 150 тыс. рублей на оплату рекламных услуг, мотивировав это тем, что сомневается в эффективности этого мероприятия. Какой принцип делегирования в данном случае нарушен. Что, по-вашему мнению, необходимо делать зав. ОГЛС.

Задания на занятие 8.

Руководство для использования теории мотивации

Руководство	Комментарии
1. Не награждайте всех одинаково.	Награда лишь в том случае будет эффективным усилием, если будет зависеть от деятельности подчиненного. Награждение всех одинаково, наоборот, усиливает плохую или среднюю работу.
2. Неполучение награды тоже влияет на поведение подчиненных.	Менеджеры могут повлиять на своих подчиненных, как действием, так и бездействием. Например, если человек, заслуживающий похвалы, не получает ее от своего начальства, в следующий раз он уже не будет работать так хорошо.
3. Скажите людям, что они должны сделать,	Установка стандартов деятельности позволяет людям понять, что они должны сделать, чтобы получить награду. В ответ на

чтобы получить поощрение.	это они могут улучшить свою работу.
4. Скажите людям, что они делают неправильно.	Если менеджер лишает подчиненных награды, не объясняя причин этого, подчиненные могут недоумевать о том, какие их действия показались менеджеру неправильными. Кроме этого, у них может возникнуть чувство, что ими манипулируют.
5. Не наказывайте подчиненных в присутствии других.	Одним из способов устранения нежелательного поведения подчиненных иногда может быть простой выговор. Публичный выговор, однако, унижает их и может быть причиной того, что все члены рабочей группы будут очень обижены на менеджера.
6. Будьте честны и справедливы.	Последствия любого поведения должны соответствовать этому поведению. Подчиненные должны получить те награды, которые они заслужили. Усиливающий эффект любой награды может быть значительно снижен как в случае награждения тех, кто этого не заслужил, так и в случае неполучения подходящей награды теми, кто ее действительно достоин.

Задача 8.1. Директор аптеки ООО «Здоровье» считает, что основными побудительными мотивами к труду являются деньги. Поэтому он подбирает на работу соответствующих людей, платит им крупные премии (до 80% основного оклада ежеквартально), создает «денежный» настрой в рабочей группе. Для улучшения показателей работы аптеки он повысил премии до 100% от основного оклада, однако, его надежды не оправдались. Почему?

Задание 9.

Рассмотрите ситуации, возникающие в аптеке и, пользуясь перечнем правил технологии управления (см. приложение 1), укажите какими правилами руководство аптеки неправильно воспользовалось или не воспользовалось совсем.

Ситуация 1. Зав. аптекой направила в аптечный пункт первой категории для проведения инвентаризации товарно-материальных ценностей молодого специалиста провизора по контролю качества лекарств.

Ситуация 2. Провизор по отпуску лекарств аптеки еженедельно информирует врачей прикрепленной поликлиники о дефектуре лекарственных препаратов по телефону. Эта информация занимает очень много времени иногда искажаются наименования препаратов.

Задание 10.

Рассмотрите ситуации, возникающие в аптеке, и сделайте свои выводы, какие правила проведения беседы (см. приложение 2) были нарушены зав. аптекой. Как бы поступили на его месте Вы?

Ситуация 1. В кабинет зав. аптекой вошел больной с просьбой объяснить ему возможные побочные действия при приеме ребенком 2-х лет димедрола.

Диагноз: эксудативный диатез.

Зав. аптекой в это время продолжала разговаривать по телефону, возмущаясь чем-то. Жестом она предложил больному сесть. Окончив разговор по телефону, зав. аптекой раздражительным тоном сказала больному, что по таким пустякам нечего было отрывать ее от работы. Надо был спросить провизора по отпуску лекарств при получении лекарства.

Ситуация 2. Зав. аптекой в ассистентской комнате громко, раздраженно отчитывает провизора по контролю качества лекарств аптеки за то, что она допустила ошибку при заполнении журнала, которую она обнаружила, просматривая этот журнал. На просьбу провизора выслушать ее, зав. аптекой не среагировала и ушла в свой кабинет. В конце смены провизор зашла в кабинет зав. аптекой и, молча положила журнал и объяснительную записку. Оказалось, что зав. аптекой неправильно прочла ее почерк, ошибки не было. На что зав. аптекой буркнула: "Вот и хорошо, что нет ошибки".

ПРИЛОЖЕНИЕ № 1

Правила технологии управления

1. Правила подбора исполнителя и организации его работы.
 - 1.1. Заинтересованность исполнителя.
 - 1.2. Наличие необходимой квалификации у исполнителя.
 - 1.3. Информированность исполнителя.
 - 1.4. Производительность труда.
 - 1.5. Надежность исполнителя.
 - 1.6. Взаимодействие по горизонтали.
 - 1.7. Системность показателей оценки труда и оценки деятельности учреждений.
2. Правила контроля.
 - 2.1. Двойной контроль.
 - 2.2. Контроль по результатам труда.
3. Правила руководства.
 - 3.1. Управления по отклонениям.
 - 3.2. Предпочтение статистической информации.
 - 3.3. Обзорность аналитических и отчетных данных
 - 3.4. Использование самоуправления.

ПРИЛОЖЕНИЕ № 2

1. Руководитель ни в коем случае не должен проявлять своих эмоций, не повышать голоса, оскорбляя сотрудников, соблюдать выдержку, вежливость и такт.
2. Нельзя перебивать говорящего; дать возможность ему высказаться,
3. Следует тщательно аргументировать свою точку зрения.
4. В некоторых случаях целесообразно пойти на уступки, за исключением тех обстоятельств, которые требуют проявления принципиальности.
5. Если начинает назревать конфликт, следует прервать спор и по договоренности перенести разговор на другое время, соблюдая вежливость и такт.
6. Не делать преждевременных выводов.
7. Нельзя отвлекаться на посторонние дела (телефон, просмотр бумаг и т.п.).
8. Следует подвести итог беседы.
9. Необходимо максимально объективно оценить свое поведение, выявить отрицательные моменты, наметить меры по их устранению.
10. Не следует проводить беседу в присутствии третьих лиц.

Задание 11. Оформите прием сотрудника на работу: приказ о приеме на работу, сделать запись в трудовой книжке, трудовой договор, личное дело сотрудника.

Провизор Ваниев Т.В., 17 июля 1989 года рождения, окончил фармацевтический факультет СОГМА в 200X году, интернатуру по кафедре организации и экономики фармации, имеет сертификат специалиста.

После проведенного собеседования и тестирования был принят на должность провизора по приему рецептов и отпуску лекарств. Оклад 18000 рублей в месяц. Дата приказа - дата занятия.

ТРУДОВАЯ КНИЖКА

ДТ - I И 01703880

Фамилия
Имя
Отчество
Дата рождения
Образование
Профессия, специальность
Дата заполнения
Подпись владельца книжки

МП

Подпись лица, ответственного за выдачу трудовых книжек

СВЕДЕНИЯ О РАБОТЕ

БТ - I N 0980330

№ записи	Дата			Сведения о приеме на работу, о переводе на другую работу и об увольнении (с указанием причин и со ссылкой на статью, пункт закона)	На основании чего внесена запись (документ, его дата, N)
	Число	Месяц	год		

Задание 12. Оформите увольнение сотрудника аптеки №1 ООО «Здоровье» - провизора – технолога рецептурно-производственного отдела Власову Марину Петровну с 04 ноября 2019 года по собственному желанию. Заведующий аптекой – Багаева И.Р., приказ на увольнение, запись в трудовой книжке.

Контрольные вопросы:

1. В число структур организации не входит

- а) организационно-производственная
- б) нормативно-правовая
- в) управленческая
- г) социальная
- д) коммуникационная

2. К принципам построения организационных структур не относится

- а) функциональный
- б) ассортиментный
- в) потребительский
- г) демографический
- д) географический

3. К основополагающим процессам жизнедеятельности аптеки как организации не относится

- а) получение ресурсов из внешней среды
- б) преобразование ресурсов (сырья) в продукт
- в) выдача продукта во внешнюю среду
- г) разрешение конфликтов
- д) все вышеперечисленное

4. Структуры управления не включают следующий тип

- а) линейная
- б) линейно-масштабная
- в) обслуживающая
- г) линейно-функциональная
- д) матричная

5. В основе работы руководителя лежат такие функции менеджмента, как:

- а) организация
- б) делегирование
- в) руководство
- г) координация
- д) прогнозирование, планирование и контроль

6. Делегирование полномочий базируется на указанных принципах за исключением

- а) единоначалия
- б) соответствия
- в) ограничения нормы управляемости
- г) системности
- д) всех вышеперечисленных

7. Передача полномочий от руководителя подчиненному называется

- а) координацией
- б) коммуникацией
- в) делегированием
- г) организацией
- д) мотивацией

8. Для официальных взаимоотношений в организации не характерно следующее условие

- а) принципиальность
- б) ответственность
- в) власть
- г) подотчетность
- д) полномочия

9. Часть менеджмента, связанная с людьми и их отношениями внутри организации при выполнении трудовых функций, называется

- а) кадровой политикой
- б) управлением персоналом
- в) аттестацией персонала
- г) групповой динамикой
- д) коммуникацией

10. Кадровая политика, проводимая директором аптечной организации складывается из разработки и реализации всех задач, кроме

- а) стратегических
- б) тактических
- в) оперативных
- г) штабных

11. К тактическим задачам кадровой политики аптечной организации относится все, кроме

- а) подбор
- б) расстановка;
- в) увольнение и перемещение
- г) обучение и повышение квалификации;
- д) аттестация;

12. К оперативным задачам кадровой политики аптеки относится все, кроме

- а) прием
- б) распределение работы
- в) заключение договоров о материальной ответственности
- г) адаптация
- д) перемещение, увольнение

13. Механизм государственного контроля за качеством подготовки специалистов, который проводится для определения уровня их квалификации и соответствия его профессионально-должностным требованиям называется

- а) аттестация
- б) адаптация
- в) сертификация
- г) расстановка
- д) повышение квалификации

14. Аттестация аптечных работников для получения сертификата специалиста проводится по всем направлениям, кроме

- а) фармакология
- б) фармацевтическая технология
- в) управление и экономика фармации
- г) фармацевтическая химия и фармакогнозия

15. Сертификат специалиста необходимо подтверждать каждые

- а) 2 года
- б) 3 года
- в) 4 года
- г) 5 лет
- д) ежегодно

16. В трудовом договоре (контракте), заключаемом с провизором оговаривается все, кроме

- а) права
- б) семейное положение
- в) занимаемая должность
- г) обязанности
- д) срок действия

17. Трудовая книжка сотрудника должна быть заведена в течение

- а) 3 дней
- б) 5 дней
- в) 7 дней
- г) 10 дней
- д) 15 дней

18. При увольнении по собственному желанию аптечный работник письменно предупреждает администрацию за

- а) месяц

- б) неделю
- в) один день
- г) две недели
- д) 24 рабочих дня

19. Личное дело сотрудника аптеки должно содержать все, кроме

- а) заявление о приеме на работу
- б) контракт(трудовой договор)
- в) листок по учету кадров
- г) приказ о приеме на работу
- д) трудовую книжку
- е) копии дипломов
- ж) военный билет

20. Удовлетворение важных личных потребностей с помощью работы в данной организации называется

- а) управлением персоналом
- б) мотивацией персонала
- в) качеством жизни
- г) групповой динамикой
- г) качеством трудовой жизни

Методические рекомендации для аудиторной работы студентов по управлению и экономике фармации 4 курса (8 семестр).

Занятие №7

ТЕМА: «Моделирование межличностных коммуникаций. Методы принятия управленческих решений в фармации».

Введение:

Коммуникации – это очень важный элемент управления, ибо, едва ли не все, что делают руководители, чтобы облегчить организации достижение ее целей, требует эффективного обмена информацией. Менеджер в своей работе от 50 до 90 % всего времени тратит на коммуникации. Принятие решений — составная часть любой управленческой работы. Поэтому понимание природы принятия решений чрезвычайно важно для всякого, кто хочет преуспеть в искусстве управления.

Мотивация.

Поскольку руководитель исполняет свои роли и осуществляет четыре основные функции (планирование, организация, мотивация, контроль), с тем, чтобы сформулировать цели организации и достичь их, качество обмена информацией может прямо влиять на степень реализации целей. Это означает, что для успеха индивидов и организации необходимы эффективные коммуникации.

Эффективно работающие руководители аптек – это те, которые эффективны в коммуникациях.

Цели занятия: освоить основные виды деловых коммуникаций: совещание, телефонные переговоры, служебные записки, беседы с работниками, а так же освоить требования к управленческим решениям, алгоритм их выработки, принятия и контроля за их реализацией.

Студент должен знать:

1. структуру коммуникационного процесса.
2. виды коммуникаций и правила их эффективной реализации.
3. основы научного менеджмента.
4. классификацию решений по различным признакам, требования к ним.
5. основные этапы выработки, принятия и реализации решений и последствия принимаемых управленческих решений.

Студент должен уметь:

1. осуществлять все виды деловых коммуникаций.
2. разрабатывать алгоритм подготовки и проводить совещание (составлять повестку дня и протоколы производственных совещаний).
3. составлять и реализовывать план проведения деловой беседы.
4. взаимосвязанно рассматривать комплекс проблем управления.
5. осуществлять анализ управленческих решений

Место проведения: учебная комната № 527

Время проведения занятия: 6 часов

Оснащение занятия:

1. Лекционный материал
2. Учебная литература.
3. Методические рекомендации к практическому занятию.

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ И БЮДЖЕТ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ.

1. *организационный момент - 5 минут*
2. *контроль исходного уровня знания - 15 минут*
3. *проверка выполнения самостоятельной работы студентов - 25 минут.*
4. *Контрольный опрос устно, дискуссия - 70 минут*
5. *Учебно-практическая работа - 135 минут*
6. *Подведение итогов занятия - 15 минут*
7. *Задание к следующему занятию - 5 минут*

Самоподготовка студентов к занятию:

Цель самоподготовки: выработать у студентов умение самостоятельного мышления в плане подготовки к практическому занятию, уметь пользоваться нужной учебной, нормативно-справочной, аналитической и дополнительной литературой, интернет ресурсами.

Контрольные вопросы самоподготовки к семинарскому занятию:

1. Дайте определение межличностной и управленческой коммуникации.
2. Перечислите задачи коммуникации.
3. Коммуникации между организацией и ее средой.
4. Межуровневые коммуникации в организации.
5. Коммуникации между различными отделами.
6. Коммуникации руководитель – подчиненный.
7. Коммуникационный процесс.
8. Элементы и этапы процесса коммуникаций
9. Охарактеризуйте основные этапы процесса коммуникации.
10. Расскажите об основных видах коммуникаций.
11. Назовите разновидности деловой беседы.
12. Охарактеризуйте этапы процедуры проведения деловой беседы.
13. В чем заключается процесс подготовки к деловой беседе.
14. Расскажите о правилах и рекомендациях проведения деловой беседы.
15. Дайте определение делового совещания, расскажите о его видах.
16. Назовите основные этапы проведения совещания.
17. Охарактеризуйте правила телефонного этикета.
18. Расскажите об основных разновидностях коммуникаций и основных типах коммуникационных сетей.
19. Дайте определение коммуникационного стиля и охарактеризуйте основные коммуникационные стили.
20. Процесс коммуникаций и эффективность управления.
21. Дайте характеристику объектов управления в зависимости от содержания управления.
22. Дайте определение управленческого решения и проблемы.
23. На какие виды разделяют проблемы.
24. Перечислите основные причины возникновения проблемной ситуации.
25. Расскажите о видах управленческих решений.
26. Дайте характеристику решений по способу выработки.
27. Расскажите о свойствах решения.
28. Перечислите основные элементы системы выработки решений.
29. Расскажите о теории принятия оптимального решения.
30. Дайте характеристику этапов процесса принятия решений.
31. Расскажите о методах, используемых на различных этапах принятия управленческих решений.
32. Какие элементы технологии принятия решения вы знаете.
33. Расскажите о возможных ошибках при принятии решения.
34. Сущность и характерные особенности решений.
35. Классификация управленческих решений: по функциональному содержанию; по характеру решаемых задач; по иерархии управления; по характеру целей; по причинам возникновения; по исходным методам разработки; по организационному оформлению.
36. Факторы, влияющие на качество и эффективность принимающих решений.

Рекомендуемая литература:

1. Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова
М.: Медицина, 2004.
2. Управление и экономика фармации: учебник ред. И.А. Наркевич
М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант студента»
<http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html>--
3. Лекционный материал.

Выполнение заданий на занятии:

Рекомендации по проведению совещаний (собраний)

1. Составить конкретную повестку дня.
2. Обеспечить свободный обмен информацией между сотрудниками.
3. Полностью использовать способности сотрудников и поощрять их участие.
4. Создавать атмосферу доверия, чтобы люди не стеснялись открыто и тактично комментировать точки зрения и идеи, которые они разделяют.
5. Рассматривать конфликт как положительный фактор и стараться эффективно управлять им.
6. Заканчивая собрание, кратко суммировать проведенное обсуждение и определить будущее мероприятие, которое планируется осуществить в свете принятых решений.
7. Бороться с единомыслием.

Рекомендации по проведению беседы с подчиненными

1. Выяснить ближайшие цели беседы:
 - а) обстановку и факты;
 - б) обсуждение вопроса;
 - в) возможность для эмоциональной разрядки;
 - г) проверка, что было сделано;
 - д) что ожидается сделать.
2. Долговременные цели беседы:
 - а) создать хорошие отношения;
 - б) сделать людей довольными;
 - в) обеспечить сотрудничество;
 - г) побуждать людей к определенным действиям;
 - д) обеспечить лучшее понимание;
 - е) содействовать индивидуальному развитию людей.
3. Построение беседы:
 - а) устранение напряженности путем дружеских и приятных манер;
 - б) умение поддержать беседу;
 - в) проведение основной мысли с целью заставить работника выработать свое собственное решение;

г) задавать открытые вопросы, которые начинаются словами: когда, где, почему, как, что и т.п. Например, «Как это произошло?» - ответ последует развернутый. Закрытые вопросы начинаются словами: может ли, должен ли и др. Ответ будет: «да» или «нет».

д) принятие мер: выявив с помощью успешного разговора факты и чувства, руководитель в состоянии принять необходимые меры: санкции, выполнение обещаний и др.

Рекомендации по составлению резюме.

1. Ваши личные данные.
2. Опыт работы (в обратном хронологическом порядке, когда, где работали, какую должность занимали).
3. Образование (специальность, место учебы, пройденные курсы, участие в различных конкурсах, олимпиадах).
4. Дополнительная информация (владение иностранными языками, компьютером, водите ли автомобиль и др.).

Рекомендации по ведению беседы по телефону.

Телефон может показаться самым простым средством оргтехники, но при эффективном использовании он становится важнейшим компонентом имиджа организации.

Постарайтесь внушить всем вашим работникам, что каждое обращение по телефону уникально, потому что у вас уже не будет возможности исправить первое впечатление, полученное при телефонной беседе.

Не следует:

1. Долго не поднимать трубку.
2. Говорить «привет», «да», «говорите», когда начинаете разговор.
3. Спрашивать: «Могу ли я вам помочь?»
4. Вести две беседы сразу.
5. Использовать для записок клочки бумаги и листки календаря.
6. Передавать трубку по многу раз.
7. Говорить: «Все обедают», «никого нет», «перезвоните».

Следует:

1. Поднять трубку до четвертого звонка телефона.
2. Говорить: «Доброе утро, день», представиться и назвать свою организацию
3. Спрашивать: «Чем я могу помочь?»
4. Концентрироваться на разговоре и внимательно слушать.
5. Предложить перезвонить, если для выяснения деталей требуется время.
6. Использовать бланки для записи телефонных разговоров.
7. Записать номер звонящего и перезвонить ему.
8. Записать информацию и пообещать клиенту перезвонить.

Задание 1

Тестирование. Фирма ищет сотрудника на должность менеджера по рекламе лекарственных препаратов. При этом директор фирмы считает, что этот человек должен быть достаточно коммуникабельным. Ответьте на тест

«Коммуникабельны ли Вы?» Сможете ли Вы принять участие в конкурсе на эту должность?

На каждый из предлагаемых вопросов Вы можете ответить «да», «нет», «иногда». «Да» - 2 балла, «иногда» - 1 балл, «нет» - 0 баллов

1. Вам предстоит ординарная деловая встреча. Выбивает ли Вас её ожидание из колеи?

2. Не откладываете ли Вы визит к врачу до тех пор, пока станет уже невмоготу?

3. Вызывает ли у Вас смутнение или неудовольствие поручение выступить с докладом, сообщением, информацией на каком-либо совещании, собрании или тому подобном мероприятии?

4. Вам предлагают выехать в командировку в город, где Вы никогда не бывали. Приложите ли вы максимум усилий, чтобы избежать этой командировки.

5. Любите ли Вы делиться своими переживаниями с кем-либо.

6. Раздражаетесь ли Вы, если незнакомый человек на улице обратится к Вам с просьбой (показать дорогу, назвать время, ответить еще на какой-то вопрос?)

7. Верите ли Вы, что существует проблема "отцов и детей" и что людям разных поколений трудно понимать друг друга?

8. Постесняетесь ли Вы напомнить знакомому, что он должен вернуть Вам деньги, которые занял несколько месяцев тому назад?

9. В ресторане или в столовой Вам подали явно недоброкачественное блюдо - промолчите ли Вы, лишь рассерженно отодвинув тарелку?

10. Сказавшись один на один с незнакомым человеком, Вы не вступите с ним в беседу или будете тяготиться, если первым заговорит он?

11. Вас приводит в ужас любая длинная очередь, где бы она не была (в магазине, кассе, кинотеатре). Предпочитаете ли Вы отказаться от своего намерения, нежели встать в хвост, и томиться в ожидании?

12. Боитесь ли участвовать в работе какой-либо комиссии по рассмотрению конфликтных ситуаций?

13. У Вас есть собственные, сугубо индивидуальные критерии оценки произведения литературы, искусства, культуры, и никаких «чужих» мнений на этот счет Вы не приемлете. Так ли это?

14. Услышав где-либо в «кулуарах» высказывание явно ошибочной точки зрения по хорошо известному Вам вопросу, предпочитаете ли Вы промолчать и не вступить в спор?

15. Вызывает ли у Вас досаду чья-либо просьба разобраться в вопросе по учебной теме?

16. Охотнее ли Вы излагаете свою точку зрения в письменном виде или устно?

Ответы на тест:

32-30. Вы явно некоммуникабельны, это Ваша беда, т.к. страдаете от этого прежде всего Вы сами. Но и близким людям с Вами не легло! На Вас трудно положиться в деле, которое требует групповых усилий. Старайтесь стать общительным, контролируйте себя.

29-25. У Вас, наверное, мало друзей! Новая работа и необходимость новых контактов если и не ввергает Вас в панику, то надолго выводит из равновесия. Вы знаете эту особенность своего характера и бываете недовольны собой. Но не огранивайтесь только таким неудовольствием. В Ваше власти переломить эти особенности. Разве не бывает, что при какой-либо сильно увлеченности Вы приобретаете «вдруг» полную коммуникабельность? Стоит только встряхнуться!

24-19. Вы в известной степени общительны и в незнакомой обстановке чувствуете себя уверенно. Новые проблемы Вас не пугают. И все же с новыми людьми вы сходитесь с оглядкой, в спорах и диспутах участвуете неохотно. В ваших высказываниях порой слишком много сарказма без всякого на то основания! Эти недостатки исправимы, помните об этом!

18-14. У вас нормальная коммуникабельность. Вы любознательны, охотно слушаете интересного собеседника, достаточно терпеливы в общении с другими, отстаиваете свою точку зрения без вспыльчивости. Без неприятных переживаний идете на встречу с новыми людьми. В то же время не любите шумных компании, экстравагантные выходки и многословие вызывает у Вас раздражение.

13-9. Вы весьма общительны (порой, быть может, даже сверх меры). Любознательны, разговорчивы, любите высказываться по разным вопросам, что бывает, вызывает раздражение у окружающих. Охотно знакомитесь с новыми людьми. Любите бывать в центре внимания, никому не отказываете в просьбах, хотя не всегда можете их выполнить. Бывает, вспылите, но быстро отходите. Чего Вам недостает — усидчивости, терпения и отваги при столкновении с серьезными проблемами. При желании, однако, Вы сможете заставить себя не отступить.

8—4. Вы, должно быть, «рубаха—парень», может быть, покажется странным, но это определение можно отнести и к представительницам слабого пола), Общительность бьет из Вас ключом, Вы всегда в курсе всех дел. Любите принимать участие во всех дискуссиях, хотя серьезные темы могут вызвать у Вас мигрень и даже хандру. Охотно берете слово по любому вопросу, даже если имеете о нем поверхностное представление. Всюду чувствуете себя «в своей тарелке». Беретесь за любое дело, хотя не всегда можете успешно довести его до конца. По этой причине руководитель и коллеги относятся к Вам с некоторой опаской и сомнениями. Задумайтесь над этими обстоятельствами!

3 и менее. Ваша коммуникабельность носит болезненный характер. Вы говорливы, многословны, вмешиваетесь в дела, которые не имеют к Вам никакого отношения. Беретесь судить о проблемах, в которых совершенно некомпетентны. Вольно или невольно Вы часто бываете причиной разного рода конфликтов в Вашем окружении. Вспыльчивы, обидчивы, нередко бываете необъективны. Серьезная работа не для Вас. Людям — и на работе, и дома и вообще всюду - трудно с Вами. Да, вам бы поработать над собой и своим характером! Прежде всего, воспитайте в себе терпеливость и сдержанность, уважительнее относитесь к людям, наконец, подумайте и о своем здоровье — такой «стиль» жизни не проходит бесследно.

Задание 2.

Зав.аптекой за 10 мин до окончания рабочего дня пригласила к себе в кабинет заведующего фитобаром для обсуждения вопроса о закупке ЛРС. Однако, зав.фитобаром не могла ответить конкретно, какое ЛРС необходимо закупить, нервничала. А через 20 минут после начала беседы попросила у зав.аптекой разрешения уйти, т.к. спешила в д/сад за ребенком. Зав.аптекой осталась недовольной.

Задание 3.

Зав.аптекой пригласила к себе в кабинет зав.рецептурно- производственным отделом для обсуждения вопроса о пересмотре - стоимости работ за индивидуальное изготовленные лекарства, при этом предполагала, что беседа продлится 15 минут и будет определено, кто будет заниматься этим вопросом и когда то будет выполнено. Зав. РПО, войдя в кабинет, начала говорить о проблемах, пожаловалась на некоторых сотрудников, сообщила о своем плохом здоровье. В итоге беседа продлилась 1 час.

Задание 4.

Зав.аптекой пригласила для беседы бухгалтера, принятого на работу 2 месяца назад, с целью выяснения мнения о ведении первичного учета в аптеке и о том, как его можно улучшить. Зав. аптекой заранее подготовила вопросы, бухгалтер на них ответила и сделала несколько предложений. После беседы зав.аптекой уехала в банк, а когда вернулась, то решила проанализировать предложения бухгалтера, но ни одного предложения не смогла вспомнить.

Задание 5.

Зав.аптекой решила провести беседу с фармацевтом из отдела отпуска лекарств без рецепта, на грубость которого жаловались посетители аптеки. Она нашла ее в материальной комнате вместе с другими сотрудниками, принимающей заказ. Зав.аптекой отчитала грубиянку, пригрозила увольнением, а затем ушла, фармацевт расплакалась, все, кто присутствовали при этом, начали ее успокаивать и жалеть.

Задание 6.

В окружной аптеке готовилось совещание по обсуждению вариантов приватизации, которое было назначено на 20 марта. 18 марта зав. аптекой поручила обзвонить всех заинтересованных лиц. 20 марта на совещание явилась половина всех участников, которые заранее собирались

присутствовать на совещании. Длилось совещание 4 часа, помимо вопросов приватизации обсудили и др. проблемы аптек района. Докладчики выступали в среднем по 25 минут.

Задание 7.

Проанализируйте ситуации №№ 1-4, Дайте свою оценку принятым управленческим решениям. Назовите варианты наиболее оптимальных решений, которые возможны. Воспользовавшись приложениями 1, 2, 3 внесите в таблицу ответы на вопросы;

1. Каким требованиям не удовлетворяет принятое решение (приложение 1).
2. Что явилось основанием для принятия решения (приложение 2).
3. К какому виду решений оно относится (приложение 3).

№ ситуации	Требование	Основание	Виды решений		
			по функциональному содержанию	по сферам действия	по причинам возникновения

Ситуация 1. По материалам проверки соблюдения правил хранения медикаментов, в отделениях прикрепленной больницы, на основании приказа по ОГУП «Фармация» зав. аптекой принял решение объявить старшей медицинской сестре выговор за допущенные нарушения.

Ситуация 2. Кассир аптеки не выбила чек на лекарство больному, мотивируя это отсутствием разменной монеты в кассе. При этом она нагрубила ему, обвинив в том, что он ей подал крупные купюры. В результате больной написал жалобу в «Книгу жалоб и предложений» аптеки. Дежурный администратор приняла решение доставить лекарство больному на дом.

Ситуация 3. По результатам работы за III квартал зав. аптекой принял решение депремировать провизора-аналитика за отказ его участвовать в конкурсе «Лучший по профессии» (в сентябре) и кассира аптеки за отсутствие разменной монеты в кассе 1 ноября, повлекшее за собой жалобу больного.

Ситуация 4. Зав. аптекой волевым решением поручил выступить на заседании секции Научного фармацевтического общества с докладом «Лекарственные средства, применяемые в стоматологии» провизору-аналитику в то время, как зав. кабинетом фармацевтической информации изъявил желание сделать этот доклад.

ПРИЛОЖЕНИЕ № I

Требования к управленческим решениям

1. Полнота (решение следует считать полным, если оно не ограничивается оперативной ликвидацией конфликтов, а устраняет причину, порождающую их).
2. Конкретность (решение должно иметь стройную целевую направленность, решать конкретную назревшую проблему).
3. Полномочность (решение должно приниматься только в пределах тех прав, которыми наделен руководитель, принимающий решение, соответствовать действующим законодательным актам).

4. Своевременность (момент принятия решения должен соответствовать нужному этапу развития проблемы, а также своевременно достигать поставленной цели. С принятием решения нельзя опаздывать и нельзя спешить. Решение должно приниматься, когда в нем имеется настоятельная необходимость).

5. Обоснованность (решения должны приниматься на научной основе с использованием полной достоверной информации и современных методов управления).

6. Непротиворечивость (решение должно быть согласовано с нормативными актами и ранее принятыми решениями).

7. Эффективность и экономичность (решение должно обеспечивать достижение поставленной цели с наименьшими затратами).

8. Простота и точность по форме, лаконичность, ясность и четкость по содержанию (решение должно исключать разноречивое толкование).

9. Оптимальность (решение должно представлять собой наилучший вариант из всех возможных) вариантов.

10. Надежность (решение должно обеспечивать долговечность, действенность и в том случае, если ситуация изменится).

11. Реальность осуществления (решение должно приниматься с учетом конкретных возможностей, имеющихся ресурсов и реальных условий их использования).

12. Гибкость и подвижность (возможность приспособить решение с незначительным корректированием к изменившимся условиям).

ПРИЛОЖЕНИЕ № 2

Основания для принятия управленческих решений

1. Указаний вышестоящих организаций.
2. Неполадки в управляемой подсистеме.
3. Истечение срока действия предыдущего решения.
4. Необходимость корректирования ранее принятого решения.
5. Новое состояние объекта управления.

ПРИЛОЖЕНИЕ № 3

Классификация управленческих решений

<i>По функциональному содержанию</i>	<i>По сферам действия</i>	<i>По уровню принятия</i>
- контрольные	- производственные	- III
- координационные	- организационные	- II
- организационные	- социальные	- I
- плановые	- экономические	

Управленческие решения

<i>По организации разработки</i>	<i>По широте охвата</i>
----------------------------------	-------------------------

- | | |
|-----------------|-----------|
| - единоличные | - общие |
| - коллегиальные | - частные |
| - коллективные | |

<i>По периодам осуществления</i>	<i>По причинам возникновения</i>
----------------------------------	----------------------------------

- | | |
|---------------|----------------|
| - прогнозные | - ситуационные |
| - плановые | - директивные |
| - оперативные | - программные |
| | - инициативные |

Задание 8.

Проанализируйте ситуации №№ 1-3 и дайте ответ, какие неблагоприятные последствия могут вызвать принятые решения. Для ответа воспользуйтесь приложением № 4.

Ситуация 1. Зав. аптекой принял решение уничтожить пришедшие в негодность лек. препараты, выбросив их в мусоропровод.

Ситуация 2. Зав. аптекой перевел провизора-аналитика на должность провизора по информационной работе вопреки его желанию.

Ситуация 3. Зав. аптекой приобрел дорогостоящую аппаратуру без учета объема работы аптеки. В результате большую часть времени она простаивает.

ПРИЛОЖЕНИЕ № 4

Возможные последствия управленческих решений

1. Политические — решение должно отвечать общенародным интересам, интересам данного трудового коллектива и каждого его члена, т. е. должно быть направлено на выполнение основной цели.

2. Экономические — решение не должно вызывать не оправдано значительного повышения затрат.

3. Технические и технологические — решение не должно приводить к снижению качества продукции и качества работы.

4. Психофизические — решение не должно нарушать удовлетворенность работника своим трудом.

5. Экологические — решение не должно неблагоприятно влиять на окружающую среду.

Приложение 5. Каковы вы сами в качестве человека, принимающего решения?

1. Запишите несколько наиболее важных, на Ваш взгляд, хороших и неудачных решений за прошедший год. Подумайте, почему Вы приняли те или другие. Каковы причины неудачных решений? Неудача сама по себе еще не означает краха, если она служит нам уроком.

2. Дайте оценку себе как человеку, принимающему решения! Какие хорошие и плохие стороны Вы замечаете в себе? Выясните для себя сильные и слабые стороны всех этапов процесса принятия решений с точки зрения их эффективности.

3. Попросите дать Вам оценку как руководителю, принимающему решения. Попросите оценивающих быть откровенными и честными в своих суждениях.

4. Составьте для себя план повышения эффективности принятия решений и проследите за тем, чтобы Вы сами выполняли этот план!

Контрольные вопросы:

1. Укажите правильный ответ!

Коммуникация, это:

1. Процесс обмена информацией между членами организации
2. Передача информации от источника к потребителю

2. Укажите правильные ответы!

Причинами искажения информации являются:

1. Неумение слушать
2. Интерпретация информации в зависимости от накопленного опыта
3. Социальные установки (если сотрудник делает много промахов, то все его предложения рассматриваются через призму его неудач)

4. Невербальные преграды (выражение лица, жесты, голос)
5. Несоответствиеб информации практике работы подразделения
1. Некорректная фильтрация информации (отсечение негативной и акцентирование позитивной информации)
2. Искажение восприятия информации вследствие информационной перегрузки
3. Искажение и затухание информации вследствие неправильной структуры организации

3. Укажите правильный ответ!

Передача полномочий от руководителя подчиненному называется:

1. Координацией
2. Коммуникацией
3. Делегированием

4. Укажите правильный ответ!

Процесс обмена информацией между членами организации называется:

1. Координацией
2. Коммуникацией
3. Делегированием

5. Укажите правильные ответы!

Основными видами управления процессом межличностных коммуникаций являются:

1. Беседа
2. Совещание
3. Собрание
4. Невербальные коммуникации

6. Процесс обмена информацией между членами организации называется

1. координацией
2. коммуникацией
3. делегированием
4. организацией
5. мотивацией

7. Укажите правильный ответ!

Характеристика интуитивных управленческих решений:

1. Решение, основанное на знаниях, опыте
2. Выбор, сделанный на основе того, что оно правильный
3. Не зависит от опыта, основано на анализе ситуации

8. Укажите правильный ответ!

Характеристика рациональных управленческих решений:

1. Решение, основанное на знаниях, опыте
2. Выбор, сделанный на основе того, что оно правильный
3. Не зависит от опыта, основано на анализе ситуации

9. Укажите правильный ответ!

Характеристика управленческих решений, основанных на суждениях:

1. Решение, основанное на знаниях, опыте
2. Выбор, сделанный на основе того, что оно правильный
3. Не зависит от опыта, основано на анализе ситуации

Методические рекомендации для аудиторной работы студентов по управлению и экономике фармации 4 курса (8 семестр).

Занятие №8

ТЕМА: «Организация делопроизводства в аптеке».

Введение:

Документы имеют юридическое значение, являются историческими источниками, в них используются доказательства исполнения решений. Как носитель информации документ выступает в качестве непереносимого элемента внутренних организаций любого учреждения.

Мотивация.

Значение делопроизводства для совершенствования управления объясняется большим удельным весом документации в процессе управления организацией, предприятием, учреждением, в том числе аптекой. От организации делопроизводства зависят оперативность, надежность управления, организация труда, культура работы аппарата, использование информации в будущем.

Цели занятия: Научиться составлять и оформлять документы, характеризующие круг вопросов, решаемых аптечным учреждением, овладеть приемами организации документооборота в аптеке.

Студент должен знать:

1. основы фармацевтического менеджмента.
2. основные требования к составлению, оформлению, регистрации и хранению документов.
3. правила организации документооборота в аптеке.

Студент должен уметь:

1. составлять основные организационно-распорядительные документы
2. регистрировать входящие, исходящие и внутренние документы.
3. формировать и оформлять дела в соответствии с номенклатурой дел.
4. вести делопроизводство в соответствии с государственными стандартами.

Место проведения: учебная комната № 527

Время проведения занятия: 6 часов

Оснащение занятия:

1. Лекционный материал

2. Учебная литература.

3. Методические рекомендации к практическому занятию.

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ И БЮДЖЕТ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ.

1. организационный момент - 5 минут

2. контроль исходного уровня знания - 15 минут

*3. проверка выполнения самостоятельной работы студентов
- 25 минут.*

4. контрольный опрос устно, дискуссия - 70 минут

5. учебно-практическая работа - 135 минут

6. подведение итогов занятия - 15 минут

7. задание к следующему занятию - 5 минут

Самоподготовка студентов к занятию:

Цель самоподготовки: выработать у студентов умение самостоятельного мышления в плане подготовки к практическому занятию, уметь пользоваться нужной учебной, нормативно-справочной, аналитической и дополнительной литературой, интернет ресурсами.

Контрольные вопросы самоподготовки к семинарскому занятию:

1. Документ, его значение в деятельности предприятия.
2. Чем определяется комплекс документов, создаваемых в учреждении?
3. Классификация документов: виды, форма, содержание, происхождение, сроки хранения, степень гласности, средства фиксации, стадии, срочность.
4. Функции документов: коммуникативная, информационная, научно-историческая.
5. Унификация документов.
6. Обязательные реквизиты документов.
7. Дополнительные реквизиты.
8. Организационные документы.
9. Распорядительные документы.
10. Информационно- справочные документы.
11. Документы по личному составу.
12. Номенклатура дел.

Рекомендуемая литература:

1. Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова
М.: Медицина, 2004.
2. Управление и экономика фармации: учебник ред. И.А. Наркевич
М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант студента»

<http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html>--

3. Лекционный материал.

Выполнение заданий на занятии:

Задания на занятие.

№ Пп	Последовательность действий	Способ выполнения Действий
1.	Оформление на работу.	Написать заявление о приеме на работу. Разработать должностные инструкции,

		определяющих различные виды работ, выполняемые сотрудниками.
2.	Оформление штатного расписания.	Разработать штатное расписание аптеки, закрепляющее должностной и численный состав предприятия.
3.	Оформление распорядительных документов.	Оформить прием на работу специалиста с высшим фармацевтическим образованием на вакантное место провизора-технолога: издать приказ, оформить трудовой контракт, завести трудовую книжку, оформить личное дело.
4.	Составление документов по личному составу.	Составить автобиографию, резюме при трудоустройстве, характеристику на себя, личную карточку.

Задание 1.

Составьте следующие документы для аптеки ОАО «Здоровье»:

1. Штатное расписание
2. Трудовой договор (контракт) с директором аптечного предприятия
3. Трудовой договор (контракт) с заведующим-провизором (аптека)
4. Приказ на зав. аптекой
5. Приказ на уполномоченного по качеству
6. Приказ о приемной комиссии
7. Приказ о назначении ответственного по ценообразованию
8. Приказ о назначении ответственного по забраковке
9. Приказ о проведении внутренних проверок
10. Должностная инструкция на заведующего-провизора аптекой
11. Должностная инструкция на провизора (фармацевта) аптеки
12. Правила внутреннего трудового распорядка для аптеки
13. Инструкция по технике безопасности
14. Инструкция по пожарной безопасности
15. Журналы: учета сч/ф; по срокам годности; контрольных мероприятий;
температурного режима
16. Журнал регистрации приказов
17. Образец объяснительной записки
18. Уведомление о прекращении трудового договора в связи с истечением
его срока
19. Записка-расчет при расторжении трудового договора
20. График отпусков
21. Приказ о предоставлении отпуска работнику
22. Образец докладной записки
23. Положение об оплате труда и премировании
24. Доп. соглашение к трудовому договору о внесении изменений в

трудовой договор в связи с переводом работника на другую работу
25. Уведомление о прекращении трудового договора в связи с
истечением
его срока

Задание 2.

Написать заявление о приеме на работу. Составить должностные инструкции на зав. аптекой, провизора, бухгалтера. Составить приказ о приеме на работу, трудовой договор, договор о материальной ответственности. Составить штатное расписание аптеки.

Задание 3.

Составить схему работы с исходящими документами.

Задание 4.

Составить схему работы с входящими документами.

Задание 5.

Составить приказ по аптеке о проведении инвентаризации.

Составить служебную записку.

Контрольные вопросы:

1. На какой бумаге исполняются служебные документы?

1. А2
2. А7
3. А5
4. А4

2. Какие из документов относятся к распорядительным?

1. Протокол
2. Инструктивное письмо
3. Указание
4. Положение
3. Датой приказа является дата...
 1. согласования
 2. подписания
 3. утверждения
 4. регистрации

4. Какие документы относятся к организационным?

1. Приказ
2. Положение
3. Указание
4. Справка

5. Руководитель фирмы с помощью организационных документов...

1. осуществляет увольнение работников
2. определяет права и обязанности сотрудников
3. поощряет отличившегося работника
4. определяет последовательность действий при выполнении той или иной работы

6. Назначение распорядительных документов - это...

1. реализация системы и процессов управления
2. регулирование деятельности, позволяющее органу управления обеспечивать реализацию поставленных перед ним задач
3. планирование деятельности учреждения

4.сообщение сведений, побуждающих органы управления принимать определенные решения

7. Приказ - это правовой акт, издаваемый...

1.руководителем организации на правах единоначалия с целью разрешения основных вопросов

2.высшими органами исполнительной власти

3.руководителем организации по вопросам информационно-методического характера

4.совещательными органами учреждения

8.Какое определение относится к справке? "Документ, содержащий ..."

1.подробное описание какого-либо факта или события с выводами и предложениями автора

2.подробный ход какого-либо мероприятия

3.перечень мероприятий

4.подтверждение или описание тех или иных фактов и событий

9. Автором служебного письма является...

1.организация, фирма, от имени которой посылается письмо

2.должностное лицо, которое посылает письмо

3.исполнитель, который готовит письмо

4.лицо, отправившее письмо

10.Во вводной части распорядительного документа содержатся...

1.цели и причины создания документа

2.основные направления деятельности учреждения

3.распоряжения руководителя

4.сроки исполнения распоряжения

11. К какой группе документов относится протокол?

1.К распорядительным

2.К личным

3.К справочно-информационным

4.К организационным

12. Какого реквизита нет в формуляре служебного письма?

1.Наименования учреждения-автора

2.Наименования вида документа

3.Заголовка к тексту документа

4.Адресата

13. Как называется документ, в котором определяются должностные обязанности работника учреждения?

1.Правила

2.Инструкция

3.Устав

4.Положение

14. Документ, фиксирующий ход обсуждения какого-либо вопроса - это...

1.акт

2.протокол

3.приказ

4.докладная записка

15. Реквизит служебного письма - это...

1. часть текста письма
2. фирменный бланк
3. его отдельный элемент
4. штамп организации, написавшей письмо

16. Датой акта является дата...

1. установленного события
2. подписания
3. утверждения
4. изготовления акта

17. К какой группе документов относятся справка и должностная записка?

1. К личным
2. К справочно-информационным
3. К распорядительным
4. К организационным

18. Резолюцию на служебном письме можно писать...

1. по тексту письма
2. на отдельном листе бумаги
3. в отдельном специальном журнале
4. на свободном от текста месте

19. Какая оргтехника используется для оперативной пересылки служебных писем?

1. Компьютер
2. Факс
3. Ксерокс
4. Телефон

20. Объяснительная записка подписывается...

1. руководителем предприятия, организации
2. составителем
3. председателем и членами комиссии
4. секретарем руководителя

21. Текст акта должен заканчиваться...

1. рассылкой по экземплярам
2. подписями
3. отметкой о приложении к документу
4. печатью

22. Заверительная надпись на документе "Верно" удостоверяет, что...

1. правильно указан адрес
2. паспортные данные заявителя соответствуют действительности
3. дата документа верна
4. копия документа точно совпадает с подлинником

23. Где помещается "Отметка о поступлении документа в организацию"?

1. На левом поле
2. На верхнем поле
3. На нижнем поле
4. На любом свободном от текста месте

24.Документооборот - это движение документа с момента...

1. его создания до отправки
- 2.его получения до подшивки в дело
- 3.его создания до подшивки в дело
- 4.его получения или создания до подшивки в дело или отправки

Методические рекомендации для аудиторной работы студентов по управлению и экономике фармации 4 курса (8 семестр).

Занятие №9

ТЕМА: Модульное занятие.

Цель занятия: закрепить полученные знания и умения студентами по ранее изученным темам.

Форма контроля:

4. Тест
5. Вопросы по билету.
6. Решение ситуационных задач.

Контрольные вопросы:

1. Дайте основные определения менеджмента как науки, профессии, области знаний. Что такое фармацевтический менеджмент.
2. Дайте определение субъекта управления и объекта управления.
3. Назовите основные научные школы менеджмента и этапы их формирования.
4. Перечислите общие подходы в теории управления. Системный, ситуационный и количественный подход к управлению.
5. Охарактеризуйте основные законы управления.
6. Назовите основные принципы управления.
7. Дайте определение управленческим технологиям, какие управленческие технологии вы знаете.
8. Какие общенаучные методы используются в фармацевтическом менеджменте.
9. Дайте определение модели. Какие виды моделей используются в фармации.
10. Какие цели организации вы знаете в зависимости от времени, повторяемости и приоритетности.
11. Охарактеризуйте современные направления менеджмента.
12. Дайте определение организации.

13. Назовите основные признаки организации.
14. Перечислите характеристики организации.
15. Расскажите о законах организации в статике и динамике.
16. Назовите принципы формирования фармацевтической организации.
17. Дайте характеристику этапов жизненного цикла организации.
18. Что включает в себя архитектура фармацевтической организации.
19. Дайте определение структуры организации.
20. Назовите основные виды структуры организации.
21. Что включает в себя организационная структура, назовите элементы структуры.
22. Какие нормы управляемости вы знаете. Их предназначение.
23. Дайте характеристику горизонтальным и вертикальным связям.
24. Назовите типы структур управления.
25. Перечислите основные характеристики оптимизации структуры.
26. Дайте определение организационному проектированию и департаментизации.
27. По каким признакам производят департаментизацию организации.
28. Перечислите разделы «Положения о структурном подразделении».
29. Основные механизмы функционирования предприятия: технологический и организационный.
30. Расскажите об основных функциях кадрового менеджмента.
31. Дайте характеристику системы управления персоналом.
32. Расскажите о главных принципах кадрового менеджмента.
33. Дайте определение понятия «трудовой коллектив».
34. Охарактеризуйте стадии формирования трудового коллектива.
35. Расскажите о видах структур трудового коллектива.
36. Расскажите о процедуре подбора кадров.
37. Дайте определение понятия «должность».
38. Что такое функционально-должностная инструкция.
39. Расскажите об оценке работы персонала.
40. Охарактеризуйте функции руководителя.
41. Основные права и обязанности работника.
42. Основные права и обязанности работодателя.
43. Трудовой договор (сроки, виды).
44. Коллективный договор . Содержание и структура.
45. Оформление приема на работу.
46. Изменение трудового договора. Переводы работника на другую работу.
47. Прекращение трудового договора. Общие основания.
48. Трудовая книжка. Правила ведения и хранения трудовых книжек.
49. Техника безопасности; виды инструктажа аптечных работников,
50. Порядок проведения и регистрации.
51. Аттестация и сертификация фармацевтических специалистов.
52. Дайте определение межличностной и управленческой коммуникации.
53. Перечислите задачи коммуникации.

54. Коммуникации между организацией и ее средой.
55. Межуровневые коммуникации в организации.
56. Коммуникации между различными отделами.
57. Коммуникации руководитель – подчиненный.
58. Коммуникационный процесс.
59. Элементы и этапы процесса коммуникаций
60. Охарактеризуйте основные этапы процесса коммуникации.
61. Расскажите об основных видах коммуникаций.
62. Охарактеризуйте этапы процедуры проведения деловой беседы.
63. Назовите основные этапы проведения совещания.
64. Охарактеризуйте правила телефонного этикета.
65. Расскажите об основных разновидностях коммуникаций и основных типах коммуникационных сетей.
66. Дайте определение коммуникационного стиля и охарактеризуйте основные коммуникационные стили.
67. Процесс коммуникаций и эффективность управления.
68. Дайте характеристику объектов управления в зависимости от содержания управления.
69. Дайте определение управленческого решения и проблемы.
70. На какие виды разделяют проблемы.
71. Перечислите основные причины возникновения проблемной ситуации.
72. Расскажите о видах управленческих решений.
73. Дайте характеристику решений по способу выработки.
74. Расскажите о свойствах решения.
75. Дайте характеристику этапов процесса принятия решений.
76. Расскажите о методах, используемых на различных этапах принятия управленческих решений.
77. Расскажите о возможных ошибках при принятии решения.
78. Сущность и характерные особенности решений.
79. Классификация управленческих решений: по функциональному содержанию; по характеру решаемых задач; по иерархии управления; по характеру целей; по причинам возникновения; по исходным методам разработки; по организационному оформлению.
80. Документ, его значение в деятельности предприятия.
81. Чем определяется комплекс документов, создаваемых в учреждении?
82. Классификация документов: виды, форма, содержание, происхождение, сроки хранения, степень гласности, средства фиксации, стадии, срочность.
83. Функции документов: коммуникативная, информационная, научно-историческая.
84. Унификация документов.
85. Обязательные реквизиты документов.
86. Дополнительные реквизиты.
87. Организационные документы.

88. Распорядительные документы.
89. Информационно- справочные документы.
90. Документы по личному составу.
91. Номенклатура дел.

Рекомендуемая литература:

1. Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова
М.: Медицина, 2004.
2. Управление и экономика фармации: учебник ред. И.А. Наркевич
М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант студента»
<http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html>--
3. Лекционный материал.

Методические рекомендации для аудиторной работы студентов по управлению и экономике фармации 4 курса (8 семестр).

Занятие №10

ТЕМА: «Оценка социально-психологического климата коллектива. Методы, приемы и стили управления трудовым коллективом аптеки».

Введение: Деловое общение является необходимой частью человеческой жизни, важнейшим видом отношений с другими людьми. Одним из главных регуляторов этих отношений выступают этические нормы. Общаясь в деловом сотрудничестве с коллегами, подчиненными, начальником или пациентами, каждый, так или иначе, сознательно или стихийно опирается на эти представления. Провизор должен не только осознавать часто скрытые от первого взгляда проблемы, которые возникают в процессе делового общения, но и успешно справляться с ними.

Мотивация.

В аптечной системе складываются разнообразные отношения – экономические, социальные, организационные. Все это обуславливает необходимость применения различных методов управления и стилей руководства. Для успешного управления коллективом руководитель уже не может полагаться только на практический опыт и развитую интуицию. Он должен знать психологию взаимоотношений людей, особенности коллективной деятельности, основные методы и стили руководства.

Цели занятия: научиться оценивать социально-психологический климат коллектива; изучить подходы к выделению различных стилей руководства; научиться оценивать личностно-деловые качества руководителя и выбирать

стиль руководства в соответствии с уровнем развития коллектива и конкретной ситуации.

Студент должен знать:

1. основы фармацевтического менеджмента.
2. методы изучения социально-психологического климата коллектива.
3. классификацию стилей руководства по различным признакам.

Студент должен уметь:

1. владеть принципами общения провизоров и фармацевтов с коллегами, медицинскими специалистами, потребителями ЛС.
2. владеть методами анализа социально-психологических процессов в аптечных коллективах.
3. выбирать стиль руководства коллективом в зависимости от уровня его развития и конкретной ситуации.
4. проводить оценку личностно-деловых качеств руководителя

Место проведения: учебная комната № 527

Время проведения занятия: 6 часов

Оснащение занятия:

1. Лекционный материал
2. Учебная литература.
3. Методические рекомендации к практическому занятию.

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ И БЮДЖЕТ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ.

1. *организационный момент - 5 минут*
2. *контроль исходного уровня знания - 15 минут*
3. *проверка выполнения самостоятельной работы студентов - 25 минут.*
4. *контрольный опрос устно, дискуссия - 70 минут*
5. *учебно-практическая работа - 135 минут*
6. *подведение итогов занятия - 15 минут*
7. *задание к следующему занятию - 5 минут*

Самоподготовка студентов к занятию:

Цель самоподготовки: выработать у студентов умение самостоятельного мышления в плане подготовки к практическому занятию, уметь пользоваться нужной учебной, нормативно-справочной, аналитической и дополнительной литературой, интернет ресурсами.

Контрольные вопросы самоподготовки к семинарскому занятию:

1. Дайте определение понятия «стиль руководства».
2. Расскажите об основных подходах определения стиля руководства.
3. Дайте характеристику подходу с позиции личных качеств.
4. Что такое одномерные и многомерные стили руководства.
5. Дайте характеристику поведенческому подходу. Расскажите о «решетке менеджмента».
6. Дайте характеристику ситуационному подходу.
7. Дайте определение «группы» формальных и неформальных структур трудового коллектива.

8. Дайте определение понятия «социально-психологический климат коллектива» (СПК).
9. Какие методы используются для изучения социально-психологического климата коллектива.
10. Что такое «социометрия».
11. Какие факторы определяют социокультуру коллектива.

Рекомендуемая литература:

1. Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова
М.: Медицина, 2004.
2. Управление и экономика фармации: учебник ред. И.А. Наркевич
М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант студента»
<http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html>--
3. Лекционный материал.

Выполнение заданий на занятии:

Задание 1.

Определите ваш стиль общения, ответив на вопросы теста.

- А. Определить свои индивидуальные психологические особенности.
- Б. Решить предлагаемые ситуации.

Попробуйте с помощью теста узнать, достаточно ли вы корректны в отношениях с людьми, умеете ли выслушать собеседника и культурно общаться. Следует дать ответы на 10 вопросов, которые оцениваются следующим образом: "всегда" — 2 балла; "в большинстве случаев" — 4 балла; "иногда" — 6 баллов; "редко" — 8 баллов; "никогда" — 10 баллов. Итак:

1. Стараетесь ли вы прервать разговор, если его тема или ваш собеседник вам неинтересны?
2. Может ли неудачное или бестактное выражение собеседника спровоцировать вас на резкость или грубость?
3. Могут ли вас раздражать манеры собеседников?
4. Избегаете ли вы беседовать с неизвестным или малознакомым вам человеком, даже когда он стремится к этому?
5. Имеете ли вы привычку перебивать собеседника?
6. Делаете ли вы вид, что внимательно слушаете, когда сами думаете совсем о другом?
7. Меняются ли ваш тон, голос, выражение лица со сменой вашего собеседника?
8. Меняете ли вы тему разговора, если собеседник коснулся "щекотливой" для вас темы?
9. Поправляете ли вы собеседника, если в его речи встречаются вульгаризмы, неправильно произнесенные слова, искаженные названия, термины?
10. Можете ли вы быть ироничными по отношению к собеседнику?

Точный ответ вы получите только при максимальной искренности, объективности. Если в итоге вы набрали сумму баллов выше 62, то вы собеседник "выше среднего уровня".

Задание 2.

Проведите оценку работы провизора отдела готовых лекарственных форм с учетом коэффициента удовлетворения и коэффициент неудовлетворения:

$$K^+ = \frac{\text{К-во «положительных» посещений}}{\text{К-во посетителей}}$$

$$K^- = \frac{\text{К-во «отрицательных» посещений}}{\text{К-во посетителей}}$$

1-й день. За смену аптеку посетило 80 человек, 8 из них выразили устную благодарность, 5 ушли обиженными.

2-й день. За смену аптеку посетило 120 человек. 20 посетителей выразили устную благодарность, 1 попросил Книгу жалоб, а 4 посетителя выразили недовольство.

3-й день. За смену аптеку посетило 110 человек. 2 посетителя пожаловались на цены, 10 – на отсутствие препаратов, 3 – поблагодарили за внимательное обслуживание.

Задание 3.

Проанализируйте практические ситуации с точки зрения этики и деонтологии фармацевтического работника:

Ситуация 1. Провизор-технолог отпустил лекарство, предназначенное для другого больного. Ошибка выявлена через час после отпуска. Как Вы поступите в этом случае на месте провизора-технолога?

Ситуация 2. Больному выписан рецепт по прописи: раствор атропина сульфата 0,1% - 10 мл = 20 руб. Услышав стоимость, больной сказал: «Разве это дешевое лекарство поможет?» Как провизор-технолог убедит больного в эффективности лекарства?

Ситуация 3. Поступил рецепт по прописи: раствор атропина сульфата 1% - 10 мл по 38 руб. при болях. Как должен поступить провизор-технолог, чтобы была соблюдена этика взаимоотношений провизора и врача?

Ситуация 4. Врач выписал больному на одном рецептурном бланке спирт этиловый 96° - 50 мл и: спирт 70° - 50 мл, ментол 1,25, новокаин 1,0 анестезин 1,0. Как должен поступить в этом случае провизор-технолог?

Ситуация 5. Предъявлен рецепт на наркотическое лекарство, срок действия которого истек, а врач не предупредил больного о сроке действия рецепта.

Ситуация 6. По графику в июле месяце положен очередной отпуск двум провизорам-технологам, но третий провизор-технолог получил на это время санаторно-курортную путевку и просит тоже отпуск. Как выйти из создавшегося положения?

Ситуация 7. В рецептурно-производственном отделе одновременно заболели два ассистента из четырех, а работа в аптеке двухсменная и аптека дежурная. Производственная необходимость требует перевода из отдела безрецептурного отпуска специалиста в РПО, но младший фармацевт не желает этого. Как должен поступить заведующий аптекой?

Ситуация 8. В аптеку пришел больной с рецептом, на котором пометка «Онко». Больной спросил у провизора-технолога, что это значит? Как должен ответить провизор-технолог?

Ситуация 9. Как Вы поступите, если коллега по работе дал неправильный совет больному о способе применения лекарства?

Задание 4. Проанализируйте, какие качества будущего руководителя у вас есть, а какие следует приобрести.

Основные качества идеального руководителя

1. Принципиальность
2. Работоспособность. Физическая выносливость.
3. Энергичность. Настойчивость.
4. Сообразительность, способность аналитически мыслить.
5. Способность письменно излагать мысли, способность вести переписку.
6. Готовность подчинить личные интересы интересам дела.
7. Общественная активность.
8. Добросовестность в выполнении заданий.
9. Умение уплотнить рабочий день.
10. Выдержка и вежливость.
11. Честность.
12. Здравый смысл, умение согласовать воображаемое с действительностью.
13. Деловая безукоризненность костюма, поведения и манер.
14. Творческая активность.
15. Инициативность.
16. Умение работать с людьми.
17. Уважение мнения товарищей.
18. Способность вести переговоры. Представлять свою организацию.
19. Глубина знаний в области управления.
20. Общий культурный уровень и кругозор.
21. Понимание задач, стоящих перед организацией.
22. Соблюдение трудового распорядка и дисциплины.
23. Глубина экономических знаний.
24. Производственный опыт.
25. Самообладание и выдержка.
26. Умение анализировать свою работу.

27. Умение самостоятельно принимать решения.

Основные приемы этичного поведения

1. Приветствуя или обращаясь к кому-либо, не забывайте произнести его имя (звук собственного имени неизменно вызывает чувство приятного).
2. Встречайте и провожайте людей доброй улыбкой, приветливым выражением лица, что неизменно вызовет положительные чувства и с их стороны.
3. Говорите людям комплименты (высказывание, содержащее в себе немного преувеличенную оценку положительного качества человека).
4. Терпеливо выслушивайте человека до конца, это заставит окружающих относиться к вам с неизменной симпатией.
5. Беседуйте с людьми на интересующие их темы. Такие разговоры непременно вызывают у них приятные чувства, которые переносятся на вас, еще больше увеличивая их расположение к вам.

Задание 5. Проведите сравнительный анализ этического кодекса фармацевтического работника России и этического кодекса фармацевтов США (см. информационные материалы к заданию 1). Сформулируйте эталон деонтологических требований для сотрудников аптеки:

1. Зав. аптекой.
2. Провизору-технологу.
3. Провизору-аналитику.

Задание 6.

Выберите из «положительного» и «отрицательного» множества те черты, которыми Вы, по Вашему мнению, обладаете. При этом ориентируйтесь не на степень выраженности той или иной черты, скорее на её присутствие /"да" или "нет/.

Количество выбранных Вами ответов может быть различным: от одного до всех двадцати. Еще раз прочтите слова и выберите нужные. Затем Вы сможете сами обработать результаты следующим образом: подсчитайте по "положительному" и «отрицательному» множествам количество характерных для Вас черт, которые Вы выделили. Разделить это количество на 20 /общее число слов в каждом множестве/.

После обработки результатов Вы сможете определить объективное представление о своих личностных качествах.

Прочтите внимательно слова, представленные в двух столбцах под номерами. В столбце А приведены черты, характеризующие положительные черты характера, в столбце В - отрицательные.

А	В
1. Жизнерадостность	1. Беспечность
2. Самоконтроль	2. Цинизм
3. Уступчивость	3. Раздражительность
4. Принципиальность	4. Грубость

5. Увлеченность 6. Ответственность 7. Находчивость 8. Сдержанность 9. Сострадательность 10. Умение сосредоточиться 11. Аккуратность 12. Чувство юмора 13. Добросовестность 14. Настойчивость 15. Стремление к познанию 16. Трудолюбие 17. Тактичность 18. Радухие 19. Отзывчивость 20. Самокритичность	5. Трусость 6. Невоспитанность 7. Угрюмость 8. Надменность 9. Презрительность 10. Леность 11. Зависть 12. Капризность 13. Недоверчивость 14. Безразличность 15. Невоздержанность 16. Приверженность к дурным привычкам 17. Праздность 18. Нерешительность 19. Лживость 20. Непоследовательность
---	--

Интерпретация результатов:

Если		Близок	
		к единице, то Вы	к нулю, то Вы
коэффициент	по	переоцениваете себя, некритически относитесь к себе	недооцениваете себя, чрезмерно критичны в самооценке
положительному множеству			
коэффициент	по	недооцениваете себя, чрезмерно критичны в самооценке	переоцениваете себя, некритически относитесь к себе
отрицательному множеству			

Задача 7. В аптеке "Не болей" студентка-дипломница выполняла работу по анализу кадровой политики аптеки, провела анонимный опрос сотрудников по оценке социально-психологического климата в коллективе. В результате оказалось, что более 50% работников аптеки раздражает постоянный контроль со стороны директора аптеки и, если бы была возможность они перешли бы на другое место работы. 40% сотрудников отметили, что они боятся выговоров со стороны заведующей и испытывают чувство страха. Какую теорию мотивации иллюстрирует этот пример?

Задание 8.

Ситуация №1.

Ваш непосредственный начальник, минуя вас, дает срочное задание вашему подчиненному, которому вы уже поручили ответственное задание.

Выберите наиболее приемлемый для вас вариант решения.

А. Не оспаривая задания начальника, буду строго придерживаться должностной субординации, предложу подчиненному отложить выполнение текущей работы.

Б. Все зависит от того, насколько авторитетен для меня начальник.

В. Выражу подчиненному свое несогласие с заданием начальника и отменю его.

Г. В интересах дела предложу подчиненному выполнить начатую работу.

Ситуация №2.

Вы получили одновременно два срочных задания: от вашего непосредственного и вашего вышестоящего начальника. Времени для согласования нет, необходимо срочно начать работу.

А. В первую очередь начну выполнять задания того, кого больше уважаю.

Б. Сначала буду выполнять задание, наиболее важное, на мой взгляд.

В. Сначала выполню задание вышестоящего начальника.

Г. Буду выполнять задание своего непосредственного начальника.

Ситуация №3.

Между двумя вашими подчиненными возник конфликт, который мешает им успешно работать. Каждый из них в отдельности обращался к Вам с просьбой, чтобы Вы разобрались и поддержали его позицию.

А. Я должен пресечь конфликт на работе, а разрешить конфликтные взаимоотношения – это их личное дело.

Б. Лучше всего попросить разобраться в конфликте другим сотрудникам.

В. Прежде всего лично попытаться разобраться в мотивах конфликта и найти приемлемый для обоих способ примирения.

Г. Выяснить, кто из членов коллектива служит авторитетом для конфликтующих и попытаться через него воздействовать на этих людей.

Ситуация №4.

В организации совершен неблагоприятный поступок, нарушена трудовая дисциплина. Виновник неизвестен, однако выявить и наказать его надо.

А. Оставлю выяснение фактов по этому инциденту до окончания рабочего дня.

Б. Подозреваемых в поступке вызову к себе, круто поговорю с каждым с глазу на глаз, предложу назвать виновного.

В. Сообщу о случившемся тем из работников, которым наиболее доверяю, предложу им выяснить конкретных виновных и доложить.

Г. После работы проведу собрание, публично потребую выявления виновных и их наказания.

Ситуация №5.

Вам предоставлена возможность выбрать себе заместителя. Имеется несколько кандидатур, каждый претендент отличается следующими качествами.

А. Первый стремится к доброжелательным товарищеским отношениям в коллективе, стремится создать атмосферу взаимного доверия. Предпочитает избегать конфликтов.

Б. Второй часто предпочитает в интересах дела идти на обострение отношений, отличается повышенным чувством ответственности.

В. Третий предпочитает работать строго по правилам, всегда аккуратен, требователен к подчиненным.

Г. Четвертый отличается напористостью, личной заинтересованностью в работе, всегда стремится довести дело до конца, не обращает внимания на возможные осложнения с подчиненными.

Ситуация №6.

Вам предлагается выбрать себе заместителя. Кандидаты отличаются следующими особенностями взаимоотношений с вышестоящим начальником:

А. Первый быстро соглашается с мнением или распоряжением начальника, безоговорочно и в установленные сроки выполнять его задания.

Б. Второй может быстро соглашаться с мнением начальника, ответственно выполнять задания, но только в том случае, если начальник авторитетен для него.

В. Третий обладает богатым профессиональным опытом, хороший специалист, умелый организатор, но бывает неуживчив, труден в контакте.

Г. Четвертый очень опытный и грамотный специалист, но всегда стремится к самостоятельности и независимости в работе, не любит, когда ему мешают.

Решение ситуаций.

Выбор того или иного решения каждой из предложенных ситуаций, зависит от того, как понял испытуемый предложенную ситуацию, какими доминирующими интересами и мотивами руководствовался при ответе. Тест измеряет 4 типа склонностей или ориентаций руководителя.

Д. Ориентация на интересы дела.

П. Ориентация на психологический климат и взаимоотношения в коллективе.

С. Ориентация на самого себя.

О. Ориентация на официальную субординацию.

Номер ситуации	Тип ориентации			
	Д	П	С	О
1	Г	Б	В	А
2	Б	А	Г	В
3	А	Г	В	Б
4	А	В	Б	Г
5	Б	А	Г	В
6	В	Б	Г	А

Задание 9.

Пользуясь "решеткой менеджмента", определите, к какому типу руководителя (10,10; 10,1; 1,10; 5,5; 1,1) соответствуют следующие характеристики:

А. Зав. аптекой нацелен на выполнение поставленных перед аптекой задач. Принимаемые им решения реально выполнимы. Если в коллективе встречается несогласие, то устраняет его волевым путем.

Б. Зав. аптекой чаще принимает решения отдельных сотрудников или коллективные. Как правило, присоединяется к мнению и стилю поведения большинства работников аптеки. Если возникают конфликты, то остается в стороне, поэтому редко раздражается. Работает без особого напряжения, выполняет самое необходимое.

В. Для зав. аптекой важно, чтобы принимаемые решения были творческими и оптимальными, чтобы они были понятны, одобрены сотрудниками аптеки. Он умеет выслушать и принять разумный совет, изменяя собственную позицию. Если возникают конфликты, стремится разобраться в их причинах и устранить последствия. Если он раздражен, то сдерживается, хотя его нетерпение заметно. Даже в трудный момент способен оценить шутку. Все силы отдает работе, сотрудники следуют его примеру.

Г. Для зав. аптекой важно сохранять добрые отношения с людьми. Вместо того, чтобы реализовать собственный подход, предпочитает принимать мнение, стиль поведения и представления других. Стремится не допускать конфликтов; если возникает конфликт, то старается, чтобы люди как можно скорее вернулись к естественному состоянию. Всегда дружелюбен; считает, что напряженность приводит к срывам. Обладает чувством юмора; ему удается сохранять дружеские отношения или, если возникает напряженность, переключить внимание, старается не столько командовать, сколько помогать.

Д. Для зав. аптекой важна реализация осуществляемых целей, даже если они не всегда безупречны. Если сотрудники выдвигают новые цели, отличающиеся от его, то он ищет среднюю позицию. Если возникают конфликты, старается быть твердым и справедливым, честно рассуждать, стремится поддерживать хороший, равномерный темп работы.

Задание 10.

Охарактеризуйте качество руководящего работника с преобладающим авторитарным, демократическим, либеральным стилем управления. Это могут быть портреты членов Вашей группы, преподавателей, администрации, прочих известных Вам людей.

Задание 11.

Известно, что одна из основных функций управления - контроль за работой подчиненных -

Выберите вариант ответа, наиболее отвечающий:

а) демократическому

б) авторитарному

в) либеральному стилю управления. Обоснуйте свой выбор.

1. Контроль в аптеке осуществляется на базе прямых и обратных связей - цели устанавливаются руководством совместно с коллективом аптеки. Каждый исполнитель знает: как выполнить свою работу и располагает информацией для самоконтроля,

2. Управление в аптеке базируется на детальном отчете, проверках, контроле; сотрудники знают, какую работу надо выполнить.

3. Зав.аптекой знает сильные и слабые стороны каждого сотрудника и следит, чтобы никто слишком не отклонялся от общего направления выполнения основных задач.

Контрольные вопросы:

1. К определению стилей руководства не применяют следующий подход

- а) функциональный
- б) с позиций личных качеств
- в) поведенческий
- г) ситуационный
- д) ни один из подходов

2. В число стилей руководства в зависимости от личных качеств руководителя не входит

- а) классический
- б) либеральный
- в) демократический
- г) авторитарный
- д) коллегиальный

3. Укажите правильные ответы!

Основные функции неформальных групп:

- 1. Социальный контроль (установление норм приемлемого и не приемлемого поведения)
- 2. Сопротивление переменам
- 3. Подрыв авторитета формального руководителя
- 4. Распространения ложных слухов

4. Укажите правильные ответы!

Для контроля за неформальными группами руководитель должен:

- 1. Привлекать членов неформальных групп к принятию решений
- 2. Понять, что наличие неформальных групп естественно и не преследовать их
- 3. Увольнять лидеров неформальных групп
- 4. Выделить лидеров неформальных групп и привлечь их к управлению
- 5. Выслушивать мнение членов и лидеров неформальных групп
- 6. Обеспечивать точную информацию о делах организации
- 7. Перед тем, как разрушить группу, подумать о последствиях

5. Укажите правильные ответы!

Социально-психологическим методам управления соответствуют следующие виды управления:

- 1. Приказ, распоряжение
- 2. Законы
- 3. Ценообразование
- 4. Рекомендации
- 5. Налогообложение
- 6. Убеждение

7. Кредитование
8. Внушение

6. Укажите правильные ответы!

С позиции поведенческого подхода различают следующие стили руководства:

1. Авторитарный
2. Классический
3. Демократический
4. Либеральный

7. Укажите правильные ответы!

Авторитарный стиль способствует:

1. Увеличению власти руководителя над подчиненным
2. Увеличению возможности влиять на подчиненных через принуждение
3. Достижению максимальной производительности труда
4. Повышению удовлетворенности сотрудников трудом
5. Увеличению власти подчиненных над руководителем
6. Поддержанию баланса власти
7. Повышению эффективности труда

8. Укажите правильные ответы!

Демократический стиль управления способствует:

1. Увеличению власти руководителя над подчиненным
2. Увеличению возможности влиять на подчиненных через принуждение
3. Достижению максимальной производительности труда
4. Повышению удовлетворенности сотрудников трудом
5. Увеличению власти подчиненных над руководителем
6. Поддержанию баланса власти
7. Повышению эффективности труда

9. Укажите правильный ответ!

Либеральный стиль управления способствует:

1. Увеличению власти руководителя над подчиненным
2. Увеличению возможности влиять на подчиненных через принуждение
3. Достижению максимальной производительности труда
4. Повышению удовлетворенности сотрудников трудом
5. Увеличению власти подчиненных над руководителем
6. Поддержанию баланса власти
7. Повышению эффективности труда

10. Укажите правильный ответ!

Поведение руководителя при авторитарном стиле работы:

1. Максимальная забота о производстве и максимальная забота о сотрудниках
2. Максимальная забота о производстве и минимальная забота о сотрудниках
3. Минимальная забота о производстве и минимальная забота о сотрудниках

11. Укажите правильный ответ!

Поведение руководителя при демократическом стиле работы:

1. Максимальная забота о производстве и максимальная забота о сотрудниках
2. Максимальная забота о производстве и минимальная забота о сотрудниках
3. Минимальная забота о производстве и минимальная забота о сотрудниках

12. Укажите правильный ответ!

Поведение руководителя при либеральном стиле работы:

1. Максимальная забота о производстве и максимальная забота о сотрудниках
2. Максимальная забота о производстве и минимальная забота о сотрудниках
3. Минимальная забота о производстве и минимальная забота о сотрудниках

13. Укажите правильные ответы!

Существуют следующие основные подходы к определению стилей руководства:

1. Системный
2. С позиций личных качеств
3. Поведенческий
4. Ситуационный

14. Укажите правильные ответы!

С точки зрения личных качеств руководителя различают такие стили руководства:

1. Классический
2. Либеральный
3. Демократический
4. Авторитарный

Методические рекомендации для аудиторной работы студентов по управлению и экономике фармации 4 курса (8 семестр).

Занятие №11

ТЕМА: «Методы управления конфликтами в аптеке. Система защиты прав потребителей».

Введение: Профессиональная этика помогает конкретизировать, реализовывать моральные ценности в условиях подчас весьма сложных и необычных. Профессиональная этика не формулирует новые принципы или новые понятия морального сознания, она как бы «приспосабливает» уже известные принципы и понятия к специфической сфере жизнедеятельности человека.

Искусство общения стоит на стыке таких областей знания, как этика, эстетика, лингвистика, педагогика, социальная психология.

Мотивация.

Деловое общение является необходимой частью человеческой жизни, важнейшим видом отношений с другими людьми. Одним из главных регуляторов этих отношений выступают этические нормы. Общаясь в деловом сотрудничестве с коллегами, подчиненными, начальником или пациентами, каждый, так или иначе, сознательно или стихийно опирается на эти представления. Провизор должен не только осознавать часто скрытые от первого взгляда проблемы, которые возникают в процессе делового общения, но и успешно справляться с ними.

Цели занятия: Овладеть методами управления конфликтными ситуациями.

Студент должен знать:

4. модели управления конфликтными ситуациями.
5. нормативные правовые документы о правах потребителей и их защите.
6. нормативные правовые документы по правилам обращения ЛС и других фармацевтических товаров

Студент должен уметь:

1. разрешать конфликтные ситуации наиболее рациональными приемами.
2. обосновать выбор метода разрешения межличностного конфликта
3. владеть принципами общения провизоров и фармацевтов с коллегами, медицинскими специалистами, потребителями ЛС.

Место проведения: учебная комната № 527

Время проведения занятия: 6 часов

Оснащение занятия:

1. Лекционный материал
2. Учебная литература.
3. Методические рекомендации к практическому занятию.

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ И БЮДЖЕТ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ.

1. *организационный момент - 5 минут*
2. *контроль исходного уровня знания - 15 минут*
3. *проверка выполнения самостоятельной работы студентов - 25 минут.*
4. *контрольный опрос устно, дискуссия - 70 минут*
5. *учебно-практическая работа - 135 минут*
6. *подведение итогов занятия - 15 минут*
7. *задание к следующему занятию - 5 минут*

Самоподготовка студентов к занятию:

Цель самоподготовки: выработать у студентов умение самостоятельного мышления в плане подготовки к практическому занятию, уметь пользоваться нужной учебной, нормативно-справочной, аналитической и дополнительной литературой, интернет ресурсами.

Контрольные вопросы самоподготовки к семинарскому занятию:

12. Дайте определение конфликта, конфликтной ситуации, инцидента.
13. Каковы причины конфликтов в фармацевтических организациях.
14. Какие методы используются для управления конфликтной ситуацией.
15. Охарактеризуйте конфликты по классификационному признаку.
16. Расскажите о стилях разрешения межличностных конфликтов.
17. Расскажите о последствиях, к которым могут привести конфликты.
18. **«Понятие «качество лекарственного средства».**
19. ФЗ РФ «О защите прав потребителей» №2300-1 от 07.02.92.
20. Дать определения понятиям: потребитель, изготовитель, исполнитель, продавец, недостаток товара, существенный недостаток товара, срок службы, срок годности, гарантийный срок.
21. Требования к качеству товара (работ, услуг).
22. Право потребителя на безопасность.
23. Информация об изготовителе.
24. Информация о товаре
25. Антимонопольное законодательство.
26. Законы, нормативные документы по стандартизации и сертификации

товаров, работ и услуг.

27. Нормативные правовые документы по правилам обращения ЛС и других фармацевтических товаров

Рекомендуемая литература:

1. Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова
М.: Медицина, 2004.
2. Управление и экономика фармации: учебник ред. И.А. Наркевич
М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант студента»
<http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html>--
3. Лекционный материал.

Выполнение заданий на занятии:

Задание 1.

Методом составления карты возможностей выберите наилучший стиль действий при следующей конфликтной ситуации:

Ситуация:

В конце рабочего дня в аптеке внезапно плохо почувствовала себя провизор по приему рецептов и отпуску лекарств. Зам. зав. аптекой поручила провизору по изготовлению внутриаптечной заготовки заменить больную. Понаблюдав за ее работой по приему рецептов и отпуску лекарств, зам. зав. аптекой в присутствии больных в резкой форме сделала ей замечание по поводу медлительности, нерасторопности в поиске изготовленных лекарств, в незнании цен. Первой реакцией провизора были слезы и желание уволиться из аптеки. Придя в аптеку на работу на следующее утро, она не только не подала заявление об уходе, но нашла способ разрешения конфликтной ситуации, сохранив хорошие взаимоотношения в коллективе.

Вопрос: Как Вы думаете, какой стиль и подход был ею использован в разрешении данной конфликтной ситуации?

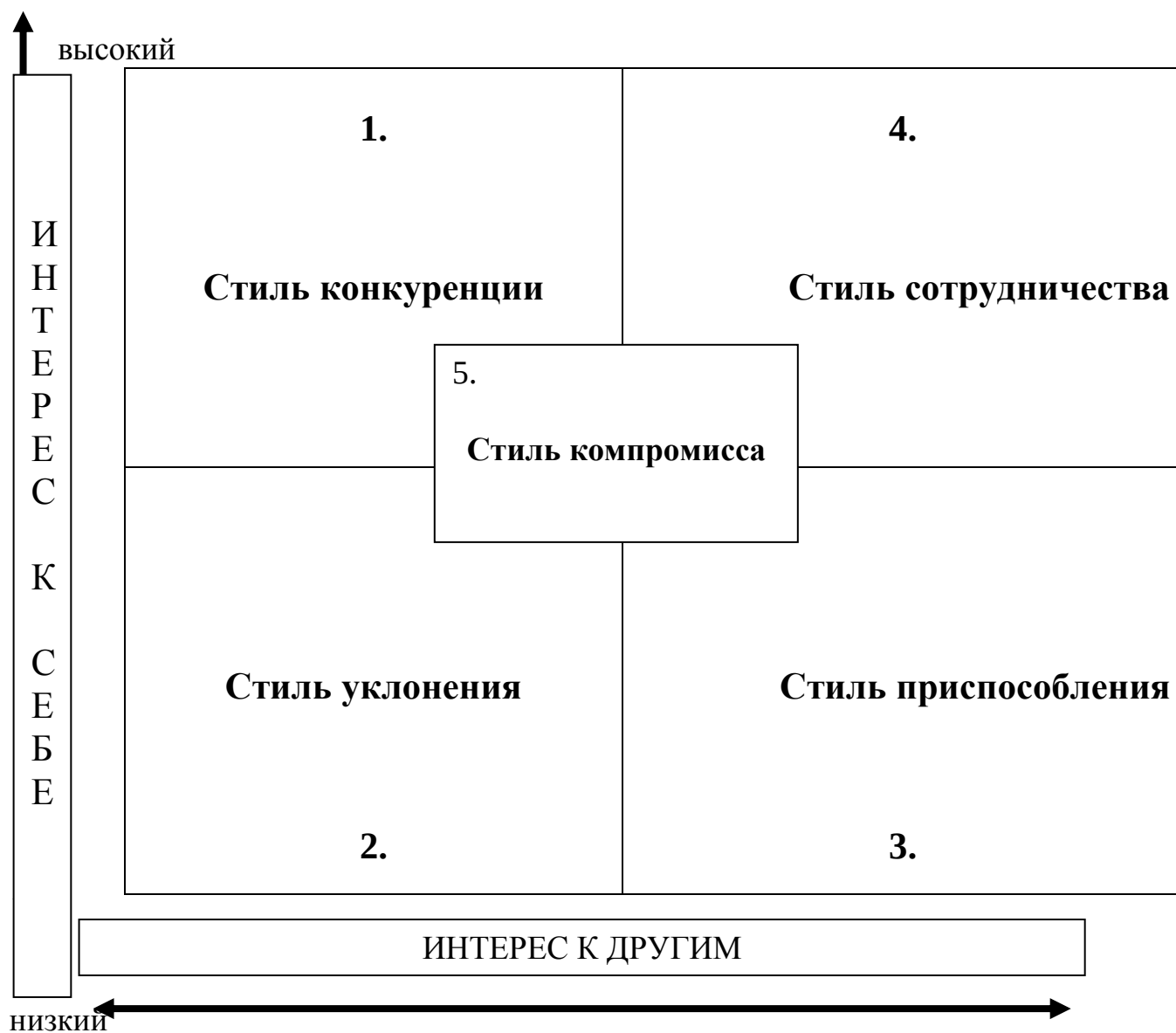
Свой ответ подтвердите составлением и анализом карты возможностей, пользуясь Приложением 1,2 в качестве образца аналога и алгоритмом данного задания.

Приложение 1

Информационный материал.

Существует 5 основных стилей разрешения конфликтов. В основу их положена система, называемая методом Томаса Килмена. Система позволяет каждому человеку определить свой собственный стиль разрешения конфликта.

Сетка Томаса Килмена



Выбор стиля определяется той мерой, в которой данный старается удовлетворить собственные интересы.

1. **Стиль конкуренции:** Я активно отстаиваю собственную позицию.
2. **Стиль уклонения:** Я стараюсь уклониться от участия в конфликте.
3. **Стиль приспособления:** Я стараюсь выработать решение, удовлетворяющее обе стороны.
4. **Стиль компромисса:** Я ищу решение, основанное на взаимных уступках.
5. **Стиль сотрудничества:** Я ищу решение, основанное на активных действиях с использованием преимуществ и взаимных выгод.

Составление карты возможностей описания конфликта: Я чувствую, что уходит дружба, которую бы я хотел сохранить.

Единичный ли это конфликт? _____

Повторяющийся ли это конфликт? _____

Шкала оценок (в баллах)

1	Наименее вероятная /желательная
2	Средняя вероятность / желательная
3	Наиболее вероятная / желательная

№ п/п	Стиль (подробное описание возможного подхода)	Возможные реакции другой стороны или вероятный результат			
1	2	3	4	5	6
1.	Уклонение: прекратить в настоящее время взаимоотношения	Взаимоотношения прервутся сразу	5	1	5
2.	Приспособление: оставить все как есть	Постепенное прекращение взаимоотношений	3	2	6
3.	Конкуренция: неприемлемый подход		-	-	-
4.	Компромисс: поговорить о том, какой крепкой была эта дружба в прошлом и что хорошо продолжить взаимоотношения	отношения прервутся каким-либо образом, или дружба наладится и будет продолжаться	3	2	6
5.	Сотрудничество : использование преимуществ и взаимных выгод	отношения прервутся или отношения наладятся	3 3	3 2	9 6

Алгоритм выполнения задания

1. Составьте перечень возможных вариантов решения вашей проблемы (стиль и подход)
2. Сформулируйте возможные варианты реакции другой стороны на каждый из используемых Вами стилей и подходов.
3. Оцените вероятности каждой реакции по 5 бальной системе.
4. Оцените желательность (степень предпочтения) каждой реакции по 5 бальной системе.
5. Перемножьте оценку вероятности на степень предпочтения.
6. Из полученного набора произведений выберите 1-2 наибольшие по величине (обведите их кружочком). Они укажут Вам наиболее подходящий стиль и подход в данном конфликте.

Вопросы (Дать определения понятиям, используемым в законодательных актах о ЗПП):

- потребитель;
- изготовитель;
- исполнитель;
- продавец;
- недостаток товара;
- существенный недостаток товара
- срок службы;
- срок годности;
- гарантийный срок.

Задания:

Установить правильность оформления ценников на витрине аптеки (указать ошибки и недостающую информацию со ссылкой на нормативно-правовые документы):

1.

Пенталгин – Н таб. №10 Россия 73-40

2.

Бромгексин сироп 100мл Германия 56-00

Мыло Детское "Тик-так" 100 г 9-20

Ситуация № 1

Покупательница приобрела в магазине крем для лица. Вечером нанесла его на кожу, а утром обнаружила, что лицо отекло и покрылось красными пятнами. Покупательница попыталась вернуть некачественный товар в магазин, но там его не взяли, мотивируя это тем, что проданный товар обмену и возврату не подлежит, о чём имелась табличка. Правы ли в этом случае продавцы?

Информационный материал.

Как вернуть в аптеку лекарства, если по законодательству Российской Федерации возврат и обмен лекарственных препаратов в аптеку запрещен. Однако есть ряд случаев, когда вы можете его вернуть. Чаще всего работники аптеки отказывают вам в возврате, пользуясь юридической неграмотностью покупателей в данной сфере. В этой статье мы разберем случаи, когда лекарство вернуть невозможно, и случаи, когда вы можете вернуть его в аптеку.

Ст. 18 закона «О защите прав потребителей» гласит, что потребитель имеет право на возврат товара с видимыми или скрытыми недостатками. Об этом говорится и в «Правилах отпуска лекарственных средств в аптечных организациях». Из этого следует, что если вы приобрели товар ненадлежащего качества, в том числе и лекарственные средства, то вы имеете полное право вернуть его и вернуть уплаченные деньги.

В ЧЕМ МОЖЕТ ПРОЯВЛЯТЬСЯ НЕДОСТАТОК ЛЕКАРСТВ?

1. Если истек срок годности препарата;
2. Если имеет место дефект маркировки (не указаны серия и сроки годности, или же серия и сроки годности на упаковке и препарате не совпадают);
3. Если отсутствует инструкция по применению препарата (либо она от другого лекарства);
4. Если описание препарата в инструкции не соответствует реальному цвету, запаху, форме, размеру, консистенции и иным показателям препарата.
5. Если есть брак в упаковке: есть сколы, отсутствует герметичность, пробка или крышка, коробка порвана или же смазана полиграфия. Если имеет место недостаток, описанный в п. 2, то это веское основание для изъятия всей партии лекарства из оборота, а изготовителю грозит не маленький штраф.

Лекарство не подлежит обмену или возврату, если оно надлежащего качества. Лекарственные препараты входят в список непродовольственных товаров, не подлежащих обмену в надлежащем

качестве на аналогичный товар другого размера, габарита, расцветки, фасона, формы или комплектации.

Даже если вы еще не вышли из аптеки, но передумали на счет правильности своего выбора относительно купленного препарата, вы не можете вернуть его назад. Как только вы пробили чек, возврат невозможен. Однако есть некоторые нюансы, ссылаясь на которые вы можете вернуть лекарство в аптеку.

КАК ВЕРНУТЬ ЛЕКАРСТВЕННЫЙ ПРЕПАРАТ НАДЛЕЖАЩЕГО КАЧЕСТВА

1. Например, вы приобрели препарат, отпускающийся по рецепту врача, а вам его продали без рецепта. В этом случае вы можете требовать его замены или возврата, поскольку работник аптеки совершил правонарушение. В случае отказа в возврате, изложите в книге жалоб и предложений суть ситуации, обязательно указав, что вас не предупредили о том, что препарат отпускается по рецепту врача и имеет массу побочных эффектов.

2. Если имела место ошибка фармацевта при продаже вам препарата. Например, он ошибся в дозировке, или продал вам вместо крема — мазь, и т.п. В этом случае вам обязаны обменять товар с перерасчетом цены.

3. Если вы приобретаете препарат, отпускающийся без рецепта врача, и вас не предупредили о противопоказаниях, а сам препарат рекомендовали, как безопасный. Ознакомившись с инструкцией и списком противопоказаний, вы обнаружили, что вам категорически нельзя его применять по состоянию здоровья и имеющимся заболеваниям. Вы можете обменять или вернуть лекарство, взяв у врача заключение об имеющихся у вас заболеваниях, а также привести свидетеля того, что вас не предупредили работники аптеки о противопоказаниях препарата.

Контрольные вопросы:

- 1. *Трудноразрешимое противоречие, возникающее в коллективе в процессе совместной трудовой деятельности, называется***
- 2. *Расшифруйте источники конфликтов в организации путем подбора из перечисленных, причин:***

А. Недостатки организации управления.

права и

причины конфликта:

а) нечетко обозначенные

Б. Психологическая
несовместимость.

обязанности
б) взаимное непонимание
в) неправильная оценка труда

и

его стимулирование
г) особенности характера
д) манера поведения
е) неправильный режим труда

3. Последствия конфликта могут быть:

А. Функциональные

а) улучшение сотрудничества
б) развитие организации

Б. Дисфункциональные
производительности

в) снижение
труда
г) неудовлетворенность
д) увеличение текучести

кадров

е) ухудшение климата в

коллективе

**4. Методы управления конфликтно ситуацией делятся на
Подберите из нижеперечисленных:**

А. Структурные

а) разъяснение требований к работе
б) приказ

Б. Межличностные

в) слияние отделов
г) сотрудничество
д) приспособление
е) уклонение
ж) конкуренция
з) расформирование подразделений
и) увольнение
к) перевод в другой отдел

5. Существуют следующие основные типы конфликтов в организации:

1. Внутри личностный
2. Межличностный
3. Между личностью и группой
4. Межгрупповой

6. Основными источниками конфликтов в организации могут быть:

1. Недостатки в организации и управлении
2. Психологическая несовместимость

7. Причинами конфликтов являются:

1. Столкновение личностей
2. Ограниченность ресурсов
3. Разница в манере поведения и жизненном опыте
4. Различия в представлениях и ценностях
5. Различия в целях

6. Взаимосвязанность задач и взаимозависимость
7. Неудовлетворительные коммуникации
8. Некорректное распределение обязанностей
9. Несправедливая оплата труда

8. К потенциальным отрицательным последствиям конфликта относятся:

1. Снижение производительности
2. Неудовлетворительность, плохое состояние духа
3. Увеличение текучести кадров
4. Ухудшение социального взаимодействия
5. Ухудшение коммуникаций

9. Наилучшими способами разрешения конфликтов являются:

1. Уклонение
2. Увольнение
3. Сглаживание
4. Принуждение
5. Компромисс
6. Решение проблемы

10. Для решения проблемы можно использовать следующие рекомендации:

1. Определить проблему
2. Выберите решения, приемлемые для обеих сторон
3. Сосредоточьте внимание на проблеме, а не на личных качествах
4. Создайте атмосферу доверия и симпатии
5. Выслушивайте мнение другой стороны
6. Заставьте принять свою точку зрения любой ценой
7. Уйдите от конфликта без обсуждения спорных ситу

Методические рекомендации для аудиторной работы студентов по управлению и экономике фармации 4 курса (8 семестр).

Занятие №12

ТЕМА: «Подготовка учредительных документов аптеки и документов для аккредитации и лицензирования фармацевтической деятельности».

Введение: Развитие отечественного фармацевтического рынка характеризуется резким ростом количества его участников, как на этапе производства лекарственных средств, так и на этапе их реализации. Большое значение приобрела задача допуска в эту социально важную сферу только организации, фирмы, способные профессионально выполнять свои функции.

Мотивация.

Способом контроля государства за соблюдением требований законодательства в области фармацевтической деятельности, связанной с оптовой и розничной реализацией, а также производством лекарственных

средств, контролем их качества, хранением является лицензирование фармацевтической деятельности.

Изучение вопросов регистрации лицензирования фармацевтической деятельности на пути продвижения ЛС от производителя к потребителю необходимо специалисту-провизору в его практической деятельности.

Цели занятия: освоение основных положений и требований к документальному оформлению, регистрации и лицензированию аптечных организаций.

Студент должен знать:

1. основные положения законодательных актов, правительственных постановлений, приказов в области лицензирования и осуществления фармацевтической деятельности.
2. основные организационно-правовые формы хозяйствования предприятий.
3. правила и порядок лицензирования фармацевтической деятельности.
4. лицензионные требования и условия.

Студент должен уметь:

1. оформлять учредительные документы и комплект документов для лицензирования фармацевтической деятельности аптечной организации.
2. составлять заявление на регистрацию аптечной организации и на получение лицензии на фармацевтическую деятельность.

Место проведения: учебная комната № 527

Время проведения занятия: 6 часов

Оснащение занятия:

1. Лекционный материал
2. Учебная литература.
3. Методические рекомендации к практическому занятию.

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ И БЮДЖЕТ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ.

1. *организационный момент - 5 минут*
2. *контроль исходного уровня знания - 15 минут*
3. *проверка выполнения самостоятельной работы студентов - 25 минут.*
4. *контрольный опрос устно, дискуссия - 70 минут*
5. *учебно-практическая работа - 135 минут*
6. *подведение итогов занятия - 15 минут*
7. *задание к следующему занятию - 5 минут*

Самоподготовка студентов к занятию:

Цель самоподготовки: выработать у студентов умение самостоятельного мышления в плане подготовки к практическому занятию, уметь пользоваться нужной учебной, нормативно-справочной, аналитической и дополнительной литературой, интернет ресурсами.

Контрольные вопросы самоподготовки к семинарскому занятию:

1. Виды собственности.
2. Выбор организационно-правовой формы аптечного предприятия.
3. Порядок проведения лицензирования.
4. Порядок открытия расчетного счета в банке.
5. Материально-техническое оснащение аптек.
6. Основные принципы и правовые основы лицензирования.
7. Определение основных понятий.
8. Цели лицензирования.
9. Лицензирующие органы и их полномочия.
10. Лицензионные требования и условия.
11. Случаи проведения лицензирования аптечных учреждений.
12. Порядок проведения лицензирования фармацевтической деятельности аптечного учреждения на территориальном уровне.
13. Лицензирование фармацевтической деятельности в сфере оптовой торговли.
14. Лицензирование фармацевтической деятельности в сфере производства лекарственных средств.
15. Подведение итогов лицензирования.
16. Случаи отзыва лицензии.
17. Формирование и ведение реестров лицензий.

Рекомендуемая литература:

1. Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова
М.: Медицина, 2004.
2. Управление и экономика фармации: учебник ред. И.А. Наркевич
М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант студента»
<http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html>
3. Лекционный материал

Выполнение заданий на занятии:

Разбор и решение ситуационных задач по теме

№№ п-п	Последовательность действий	Способ выполнения Действий
1	Определение перечня документов, необходимых для получения лицензии на право осуществления фармацевтической деятельности.	1. Провести анализ документов, представленных в лицензионную комиссию (приложения 1-3). 2. Принятие решения о выдаче лицензии (приложение 4).
2	Определение перечня документов,	Провести анализ документов, прилагаемых к заявлению,

	необходимых для получения лицензии на право производства, розничную и оптовую реализацию ЛС.	характеризующих объект лицензирования (приложения 2-6) и принять решение О выдаче лицензии.
3	Определение порядка движения ЛС на Российском фармацевтическом рынке.	Составить схему движения ЛС на Российском фармацевтическом рынке с указанием необходимых документов на каждом этапе.

Порядок создания аптечного предприятия:

Определение состава учредителей и разработка учредительных документов



Заключение учредителями договора о создании и деятельности предприятия



Утверждение Устава предприятия и оформление протокола собрания учредителей



Оформление приказа о создании предприятия и назначении его руководителей



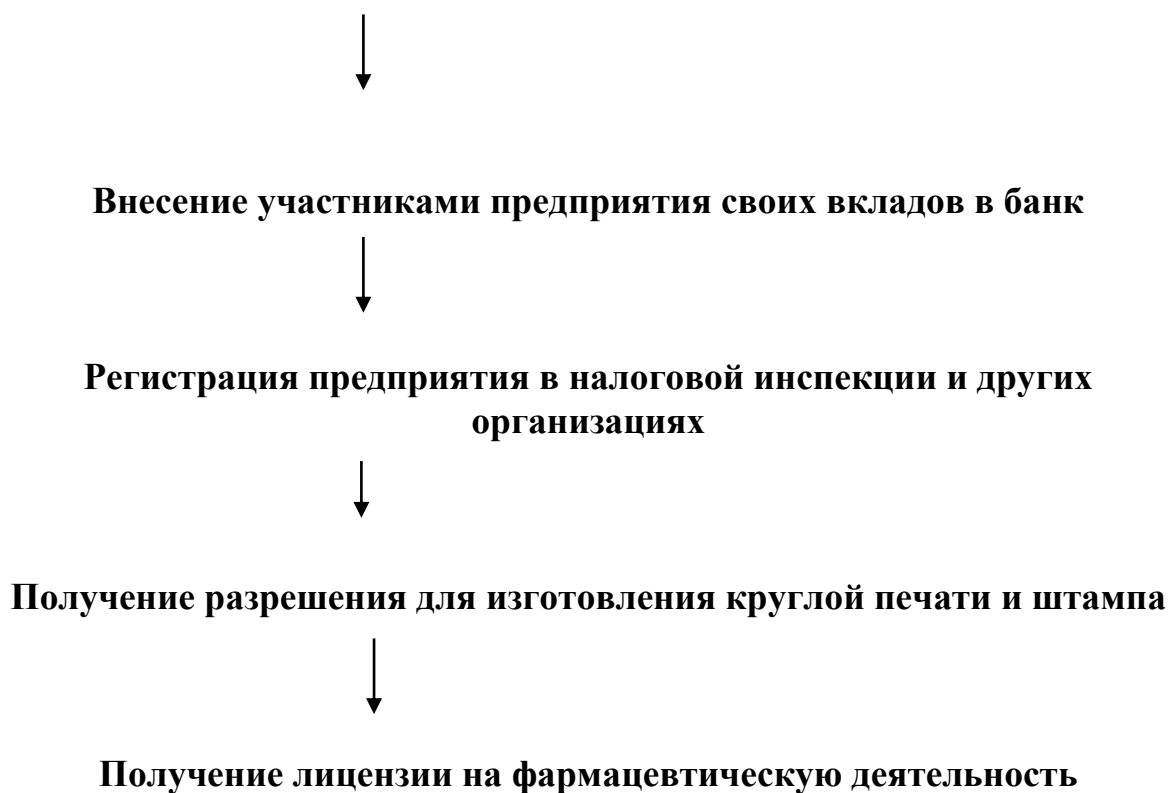
Регистрация предприятия и уплаты государственной пошлины



Передача сведений о предприятии для включения в государственный реестр (присвоение Кода по ОКПО)



Открытие расчетного счета в банке



Задание 1.

Определите какую организационно-правовую форму собственности Вы предпочитаете при открытии коммерческой аптеки:

1. Полное товарищество
2. Товарищества на вере
3. Акционерное общество
4. Общество с ограниченной ответственностью
5. Общество с дополнительной ответственностью
6. Производственные кооперативы
7. Государственные унитарные предприятия
8. Муниципальные унитарные предприятия

Обоснуйте свой выбор, проанализировав преимущества и недостатки существующих организационно-правовых форм собственности (см. прил. 1).

Задание 2.

Определите, к какой функции аптеки (фармацевтическая, торговая, информационная, лечебно-профилактического учреждения) относятся следующие виды работ:

- 1) получение товара от поставщика
- 2) организация хранения медицинских товаров
- 3) изготовление лекарств по индивидуальным рецептам
- 4) контроль качества лекарств, изготовленных в аптеке
- 5) соблюдение санитарного режима

- 6) получение дистиллированной воды
- 7) реализация лекарств по рецептам врачей населению
- 8) реализация профилактических средств, предметов санитарии и гигиены, ухода за больными
- 9) реализация лекарственных средств лечебно-профилактическим учреждениям
- 10) проведение санитарно-просветительной работы среди населения (пропаганда вопросов санитарной и бытовой гигиены и меры по профилактике заболеваний, информации о пользовании лекарствами, условия хранения на дому, правила пользования предметами ухода за больными)
- 11) информационная работа среди врачей и провизоров о свойствах лекарственных средств
- 12) оказание в необходимых случаях доврачебной (первой) медицинской помощи
- 13) изготовление лекарственных средств по требованию лечебно-профилактических учреждений
- 14) укупорка и оформление этикетками лекарственных средств, изготовленных в аптеке.

Задание 3.

Проанализируйте основные понятия, используемые при лицензировании фармацевтической деятельности и определите виды деятельности, на которые Ваша аптечная организация хочет получить лицензию.

Задание 4.

Проанализируйте документы, предъявляемые при лицензировании фармацевтической деятельности в лицензирующий орган (схема 2) и подведите итоги лицензирования.

Задание 5.

Определить рабочие места для выполнения этих видов работ.

Задание 6.

Составить план аптеки, указать расположения рабочих мест.

Задание 7.

Рассмотрите предложенные ситуации и дайте ответ с обоснованием и ссылкой на нормативный документ с указанием статьи и пункта.

1. Руководитель аптеки представила в лицензирующий орган необходимые для получения лицензии документы. В какой срок лицензирующий орган принимает решение о предоставлении или об отказе в предоставлении лицензии? Каким образом лицензирующий орган ставит в известность соискателя лицензии о принятом решении?

2. Руководитель аптеки потеряла папку с документами, среди которых была лицензия. Действия руководителя аптеки.
3. Лицензирующий орган выявил грубое нарушение аптечной организацией лицензионных требований и принял решение о приостановлении действия лицензии. Что понимается под грубым нарушением?
4. Лицензирующий орган выявил грубое нарушение аптечной организацией лицензионных требований и принял решение о приостановлении действия лицензии. Также был определен срок устранения нарушений. Какова максимальная продолжительность такого срока? Что должен сделать руководитель после устранения нарушений?
5. Действие лицензии было приостановлено по причине выявления грубого нарушения аптечной организацией лицензионных требований. Также был определен срок устранения нарушений. После устранения нарушений лицензирующий орган принял решение о возобновлении действия лицензии. Взимается ли плата за возобновление лицензии и в каком размере? Продлевается ли действие лицензии на время приостановления?
6. Лицензирующий орган без обращения в суд аннулировал лицензию, только что полученную организацией. Возможно ли это?
7. При подаче заявления о предоставления лицензии на фармацевтическую деятельность, связанную с оборотом наркотических средств и психотропных веществ, были представлены документы на сотрудников: об образовании, квалификации, о повышении квалификации в течение последних 5 лет. Что это за документы?
8. При подаче заявления о предоставления лицензии на фармацевтическую деятельность, связанную с оборотом наркотических средств и психотропных веществ, были представлены документы на сотрудников: об образовании, квалификации, о повышении квалификации в течение последних 5 лет. Оказалось, что в плане профессиональной подготовки этих документов не достаточно. О какой подготовке идет речь?
9. Аптека перевела аптечный пункт, имеющий лицензию, из одной поликлиники в другую, в этом же административном районе.

Ставить ли об этом в известность лицензирующий орган и в какие сроки?

10. Лицензионными требованиями являются наличие на каждого работника, деятельность которого связана с изготовлением, приемом, хранением, отпуском и продажей лекарственных средств, документов о высшем или среднем фармацевтическом образовании, сертификатов специалистов; документов, подтверждающих повышение квалификации в течение последних 5 лет. Что это за документы? Какое дополнительное требование предъявляется к руководителю аптеки?
11. Лицензирующий орган для рассмотрения вопроса о продлении срока действия лицензии потребовал от руководителя аптеки среди прочих документов предъявить сертификаты фармацевтических специалистов или их копии. Законно ли это?
12. Лицензирующий орган для рассмотрения вопроса о продлении срока действия лицензии потребовал от руководителя аптеки среди прочих документов предъявить свидетельства о повышении квалификации фармацевтических специалистов или их копии. Законно ли это?
13. Для получения лицензии руководитель аптеки представил в лицензирующий орган оригиналы требуемых документов. Вправе ли он потребовать от лицензирующего органа расписку или иной документ, подтверждающий, какие документы и их количество были приняты для рассмотрения?

Методические рекомендации для аудиторной работы студентов по управлению и экономике фармации 4 курса (8 семестр).

Занятие №13

ТЕМА: «Разработка бизнес-плана аптеки».

Введение:

Каждое аптечное предприятие, занимаясь фармацевтическим бизнесом, обязано четко представлять потребность в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, определять источники их получения, уметь точно рассчитывать эффективность своего бизнеса.

Мотивация.

Для успешного функционирования аптечного предприятия необходимо разработать схему его деятельности надлежащую и отдаленную перспективу, обеспечивающую получение желаемых результатов при установленных размерах затрат. Бизнес-план является необходимым рабочим инструментом, позволяющим определить основные направления деятельности аптечного предприятия в области экономической политики.

Цели занятия: Научиться выявлять и анализировать факторы, влияющие на успешный фармацевтический бизнес. Освоить основные методики разработки экономических показателей бизнес-плана.

Студент должен знать:

1. основные положения законодательных актов, правительственных постановлений, приказов в области охраны здоровья населения и деятельности в сфере обращения ЛС.
2. принципы правового и государственного регулирования отношений в сфере обращения ЛС.
3. основы экономики и учета хозяйственно-финансовой деятельности аптеки.
4. основы предпринимательской деятельности в фармацевтическом секторе экономики.
5. основы фармацевтического маркетинга.

Студент должен уметь:

1. разрабатывать планы маркетинга.
2. анализировать и составлять основные разделы бизнес-плана аптечного учреждения: торговый план, производства, финансовый план.
3. владеть приемами разработки бизнес-плана.

Место проведения: учебная комната № 527

Время проведения занятия: 6 часов

Оснащение занятия:

1. Лекционный материал
2. Учебная литература.
3. Методические рекомендации к практическому занятию.

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ И БЮДЖЕТ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ.

1. *организационный момент - 5 минут*
2. *контроль исходного уровня знания - 15 минут*
3. *проверка выполнения самостоятельной работы студентов - 25 минут.*
4. *Контрольный опрос устно, дискуссия - 70 минут*
5. *Учебно-практическая работа - 135 минут*
6. *Подведение итогов занятия - 15 минут*
7. *Задание к следующему занятию - 5 минут*

Самоподготовка студентов к занятию:

Цель самоподготовки: выработать у студентов умение самостоятельного мышления в плане подготовки к практическому занятию, уметь пользоваться нужной учебной, нормативно-справочной, аналитической и дополнительной литературой, интернет ресурсами.

Контрольные вопросы самоподготовки к семинарскому занятию:

1. Организационная структура аптек.
2. Подбор и расстановка кадров.
3. Контроль за фармдеятельностью.
4. Обоснование целесообразности открытия аптек.
5. Определение целей предприятия в бизнес-плане.
6. Исследование и анализ сбыта.
7. План маркетинга.
8. Изучение издержек обращения и безубыточности.
9. Конкуренция и другие внешние факторы.
10. Управление в организации: кадровая политика, наем работников, заработная плата.
11. Финансовый план.

Рекомендуемая литература:

1. Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова
М.: Медицина, 2004.
2. Управление и экономика фармации: учебник ред. И.А. Наркевич
М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант студента»
<http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html>
3. Лекционный материал.

Выполнение заданий на занятии:

Задания на занятие:

1. Заведующий аптекой решил организовать фитобар по производству чаев, причем он считает, что не потребуются дополнительные площади и оборудование. Будет ли в бизнес-плане аптеки включен раздел «Производственный план»?

Ответ: Да, необходимо указать оборудование, производственные возможности, объем производства, поставщиков сырья, порядок утилизации отходов.

2. Учредителями ООО являются физические лица. Они на собственные средства закупили оборудование и товары, заключили договор на аренду помещения с ЖЭУ. Что будет записано в «Юридическом плане этой аптеки»?

Ответ: Форма собственности частная, организационно-правовая форма – ООО.

3. В разделе бизнес-плана «Стратегия финансирования» написано, что аптека получила кредит на 200 тыс.рублей на 3 месяца в сбербанке на год по 40% годовых. Вся ли информация о привлечении средств указана в разделе?

Ответ: Необходимо указать сроки возврата кредита.

4. В «Организационном плане» указано, что учредителями и, пока единственными сотрудниками аптеки «Фламинго», являются два врача. Получат ли организаторы аптеки лицензию на право заниматься изготовлением и реализацией лекарственных препаратов?

Ответ: нет

5. Директор аптеки «03» решила организовать производство косметической продукции, причем она считает, что не потребуется дополнительной площади и оборудования. Будет ли в бизнес-план аптеки включен раздел «Производственный план»?

Ответ: да

6. В разделе бизнес-плана «Стратегия финансирования» написано, что аптека «Амиго» получила кредит на сумму 500 тыс. рублей под 25% в коммерческом банке «Альфа-банк» и ссуду в сбербанке под 20% годовых. Вся ли информация о привлечении средств указана в разделе?

Ответ: Необходимо указать сроки возврата кредита.

Задача 1. Составить бизнес-план на вновь открываемое аптечное учреждение, используя данные, приведенные ниже:

1 вариант - при организации аптеки «Фармацевт» в форме общества с ограниченной ответственностью со специализацией в области гормональных препаратов, в перспективе – создание мелкорозничной сети для реализации лекарственных средств;

2 вариант – при организации аптечного склада в форме ОАО «Фармация»

Бизнес-план состоит из нескольких разделов. Стандартный бизнес-план обычно включает в себя следующие разделы:

1. Резюме (что будет делать предприятие, в чем достоинство ее продукции и услуг, каковы основные ожидаемые финансовые результаты – объем реализации, доходы, затраты, прибыль.
2. Организационный раздел. В этом разделе нужно указать точное название, месторасположение аптечного предприятия, отразить форму собственности, подчиненность, основные виды деятельности и характер предприятия, где расположено, в каких пределах планируется развитие своего влияния, планируется ли расширение по масштабу деятельности, по ассортименту. Должна быть представлена внутренняя структура, обеспеченность кадрами, форма оплаты их труда, названы органы, контролирующие фармацевтическую и иную деятельность.

3. Характеристика товаров и услуг. План производства.

В этом разделе надо дать характеристику реализуемой продукции и услуг, чем они могут быть привлекательны для рынка (ассортимент ЛС, специфика обслуживаемого контингента, парафармацетика и т.д.). План производства разрабатывают только те аптеки, которые выполняют производственные функции.

4. План маркетинга. Здесь должен быть рассмотрен комплекс вопросов: определение спроса на ЛС и возможности рынка; анализ конкурентов, анализ поставщиков, ценообразование, стратегия сбыта товаров, реклама.

5. Экономический раздел. Является основным, определяющим количественные показатели работы аптечного предприятия. Он включает:

- план товарооборота;
- план по доходам;
- план по расходам;
- нормативы запасов товаров и других оборотных средств и источники их финансирования;
- план поступления товаров;
- план по результатам торгово-финансовой деятельности.

6. Финансовый план. Этот раздел должен определять финансовые ресурсы аптеки, долевое участие собственных и заемных средств в формировании активов аптеки, обосновать схему финансирования.

Бизнес-план (аптеки, аптечного склада).

Резюме: Целью работы аптеки (Аптечного склада) в форме ООО, ОАО является максимальное и оперативное удовлетворение потребности рынка региона в лекарственных средствах;

- проведение линии на специализацию в области реализации гормональных препаратов;
 - создание условий для нормальной работы оптового склада;
 - проведение исследований по фармацевтическому маркетингу и рекламе, экономике фармации, выявлению лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения с растущим спросом и т.п.

В перспективе: _____

Организационный план:

1. Точное название, месторасположение.
2. Форма собственности.
3. Основные виды деятельности и характер предприятия.
4. Внутренняя структура предприятия: (состав и численность, критерии отбора – возраст, образование, наличие сертификата, стаж работы и т.п.).

Генеральный директор _____

Коммерческий директор _____

Главный бухгалтер _____

Провизоры _____

Фармацевты _____

Услуги юриста _____

Форма оплаты труда персонала: _____

Режим работы: _____

Характеристика товаров и услуг:

Реализуемая продукция _____
 Ассортимент, специализация предприятия _____
 Рынок (население составляет 500 тыс. чел, из них 51 % женщины).
 Будет ли осуществляться обеспечение больных по бесплатным и
 льготным рецептам _____
 Будет ли в ассортименте парафармацевтическая продукция _____

План маркетинга:

Работа с поставщиками _____
 Работа с больницами _____
 Реклама (создание имиджа, «паблик рилэйшнз», «бренд-имидж») _____

Ценовая стратегия (получение скидок, минимальный размер оптовой
 или розничной надбавки) _____
 Конкурентный анализ (наличие конкурентов) _____

Экономический раздел:

План товарооборота в месяц: 150 000 рублей (2,5 млн. руб для АС).
 План уровня торговых наложений – 20% (10%)
 Торговые наложения _____
 Основные статья издержек обращения:
 а) расходы на аренду 5 456 рублей (12 тысяч рублей)
 б) расходы на оплату труда – 8 тысяч рублей (15 тысяч рублей).
 в) социальное страхование – 1400 руб. (2800 руб.).
 г) транспортные расходы – 500 рублей (10 тыс. руб.).
 д) расходы на рекламу – 1000 рублей (5 тысяч руб.).
 е) канцелярские расходы – 500 рублей (2 тысяч руб.).
 ж) оплата консультационных услуг специалистов – 1000 рублей (5
 тысяч рублей).
 з) прочие расходы – 1143 руб.(2300 руб).
 Итого: аптека _____ АС _____
 Уровень издержек обращения: _____
 Рентабельность _____
 Прибыль _____
 Норматив товарных запасов в днях: 18 дней (30 для АС).
 Норматив товарных запасов в сумме _____
 План поступления товаров при еженедельных поставках _____

Финансовый план:

Доходы и поступления средств		Расходы и отчисления средств	
Показатели	Сумма	Показатели	Сумма
1. Прибыль		1.Налог на	

		прибыль (30%)	
2. Амортизационные отчисления	1500 (5000)	2. Фонд накопления 3. Фонд потребления 4. Резервный фонд	
Итого:		Итого:	

Размеры отчислений в фонд накопления, потребления и резервный определяет руководитель предприятия.

Финансовое обеспечение:

Все затраты по организации аптеки (АС) до ее открытия берет на себя фирма, которая открывает аптеку.

Необходимая сумма для открытия аптеки (АС) на 1 этапе

(составить смету на открытие аптеки, на приобретение основных средств, малоценного и быстроизнашивающегося инвентаря, канцелярских товаров)

Контрольные вопросы:

Укажите правильные ответы!

1. Основными задачами, которые решает бизнес – планирование являются:

1. Обновление основных фондов
2. Заключение надежных сделок
3. Получение инвестиций

2. В структуру бизнес – плана могут включаться следующие разделы:

1. Резюме
2. Общее описание предприятия
3. Характеристика товаров и услуг
4. План маркетинга
5. План производства
6. Организационный план
7. Юридический план
8. Финансовый план
9. Экономический план

3. Источники информации для разработки бизнес – плана являются:

1. Данные бухгалтерского учета и отчетности
2. Статистические данные
3. Данные наблюдения за продажами
4. Кадровые сведения
5. Информация по ценообразованию
6. Данные социологических исследований

4. В разделе «Общее описание предприятия» отражают:

1. Характер предприятия (производственное, торговое)
2. Основные виды деятельности
3. Стадия развития (вновь открытое, давно и успешно функционирующее и т. п.)

4. История развития предприятия
5. Основные финансовые показатели

5. В разделе «Товары и услуги» описывают:

1. Потребности, которые призваны удовлетворять товары и услуги аптечного (фармацевтического) предприятия
2. Описание ассортимента товаров и их отдельных (стратегических) групп
3. Фотографии, рисунки товаров
4. Квалификационные требования к «продавцам» товаров

6. План маркетинга включает

1. Оценку рынка сбыта
2. Прогноз объемов продаж
3. Анализ конкуренции
4. Формулировку целей и разработку стратегии маркетинга
5. Разделение обязанностей в отделах, непосредственно занимающихся сбытом товаров

7. Организационный план должен включать:

1. Принципы и органы управления предприятием
2. Полномочия трудового коллектива в управлении
3. Сведения о численности работников
4. Тарификационные данные на сотрудников
5. Порядок образования предприятия

8. В разделе «Оценка риска и страхование» отражают:

1. Категории потенциальных рисков
2. Меры профилактики рисковых ситуаций
3. Мероприятия по уменьшению потерь при рискованной ситуации
4. Виды коммерческого страхования

9. В целях снижения предпринимательского риска рекомендуется использовать:

1. Диверсификацию (разноплановую деятельность)
2. Анализ маркетинговой ситуации
3. Соблюдение коммерческой тайны
4. Страхование
5. Экономический и финансовый анализ
6. Внутрифирменное планирование

10. В «Финансовый план» включаются»

1. Прогнозы объемов реализации
2. Баланс денежных расходов и поступлений
3. Таблица доходов и затрат
4. Баланс активов и пассивов
5. График достижения безубыточности

11. График достижения безубыточности показывает влияние на прибыль:

1. Объемов производства (реализации)
2. Постоянных издержек
3. Переменных издержек
4. Цен за единицу товара
5. Численности работающих

12. Укажите правильный ответ!

Бизнес – план целесообразнее составлять на период:

1. Один год
2. Пять лет
3. Десять лет

13. Содержание «Юридического плана» зависит от:

1. Организационные схемы предприятия

2. Формы собственности и правового статуса предприятия
3. Принципы регламентации отношений предприятия с другими предприятиями в сфере хозяйственной деятельности
4. системы подчиненности предприятия

14. Сущность производственного риска:

1. Генерируется действиями правительства
2. Возникает в сфере взаимоотношений с дебиторами и кредиторами
3. Связан с возможностью потери позитивной репутации
4. Возникает в процессе реализации товаров и услуг
5. Связан с выбором долгосрочных вложений капитала
6. Риск потери здоровья и жизни человека
7. Связан с осуществлением любых видов производственной деятельности

15. Сущность коммерческого риска:

1. Генерируется действиями правительства
2. Возникает в сфере взаимоотношений с дебиторами и кредиторами
3. Связан с возможностью потери позитивной репутации
4. Возникает в процессе реализации товаров и услуг
5. Связан с выбором долгосрочных вложений капитала
6. Риск потери здоровья и жизни человека
7. Связан с осуществлением любых видов производственной деятельности

16. Сущность финансового риска:

1. Генерируется действиями правительства
2. Возникает в сфере взаимоотношений с дебиторами и кредиторами
3. Связан с возможностью потери позитивной репутации
4. Возникает в процессе реализации товаров и услуг
5. Связан с выбором долгосрочных вложений капитала
6. Риск потери здоровья и жизни человека
7. Связан с осуществлением любых видов производственной деятельности

17. Сущность имиджевого риска:

1. Генерируется действиями правительства
2. Возникает в сфере взаимоотношений с дебиторами и кредиторами
3. Связан с возможностью потери позитивной репутации
4. Возникает в процессе реализации товаров и услуг
5. Связан с выбором долгосрочных вложений капитала
6. Риск потери здоровья и жизни человека
7. Связан с осуществлением любых видов производственной деятельности

18. Сущность инвестиционного риска:

1. Генерируется действиями правительства
2. Возникает в сфере взаимоотношений с дебиторами и кредиторами
3. Связан с возможностью потери позитивной репутации
4. Возникает в процессе реализации товаров и услуг
5. Связан с выбором долгосрочных вложений капитала
6. Риск потери здоровья и жизни человека
7. Связан с осуществлением любых видов производственной деятельности

19. Сущность политического риска:

1. Генерируется действиями правительства
2. Возникает в сфере взаимоотношений с дебиторами и кредиторами
3. Связан с возможностью потери позитивной репутации
4. Возникает в процессе реализации товаров и услуг
5. Связан с выбором долгосрочных вложений капитала
6. Риск потери здоровья и жизни человека
7. Связан с осуществлением любых видов производственной деятельности

20. Точка самоокупаемости деятельности предприятия это:

1. Выручка от реализации, при которой предприятие уже не имеет убытков, но еще не имеет прибыли
2. Выручка от реализации, при которой предприятие не имеет убытков и начинает получать первую прибыль
3. Выручка от реализации, при которой прибыль превышает убытки

Методические рекомендации для аудиторной работы студентов по управлению и экономике фармации 4 курса (8 семестр).

Занятие №14

ТЕМА: «Современная концепция фармацевтического маркетинга.

Фармацевтические маркетинговые исследования и сегментирование рынка ЛС.»

Введение:

Состояние экономики, уровень и механизм ее развития в аптечной системе описывается с помощью таких понятий, как спрос и предложение, способы их координации и приспособления друг к другу.

Впервые понятия спроса и предложения в экономической науке исследовал в своих работах выдающийся английский экономист Альфред Маршалл, его «Теория цены», изложенная в работе «Принципы политической экономии» (1890) легла в основу микроэкономики и во многом предопределила развитие этой науки.

Мотивация.

Изучение основ спроса и предложения дает возможность использовать эти показатели в работе фармацевтических предприятий. Равновесная цена позволяет прогнозировать сбыт, избыток или дефицит товара, регулировать товарные запасы лекарственных средств.

Цели занятия: освоение методов фармацевтического маркетинга в анализе рынка лекарственных препаратов.

Студент должен знать:

3. основы концепции фармацевтического маркетинга.
4. предмет, цель, среду, виды и типы фармацевтического маркетинга.
5. принципы и функции фармацевтического маркетинга.
6. основные направления маркетинговых исследований.
7. основные методы изучения фармацевтического рынка.

Студент должен уметь:

1. проводить маркетинговые исследования фармацевтического рынка.

2. проводить сегментирование рынка потребителей ЛС различными методами.
3. осуществлять позиционирование ЛС по цене и эффективности.

Место проведения: учебная комната № 527

Время проведения занятия: 6 часов

Оснащение занятия:

1. Лекционный материал
2. Учебная литература.
3. Методические рекомендации к практическому занятию.

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ И БЮДЖЕТ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ.

1. *организационный момент - 5 минут*
2. *контроль исходного уровня знания - 15 минут*
3. *проверка выполнения самостоятельной работы студентов - 25 минут.*
4. *контрольный опрос устно, дискуссия - 70 минут*
5. *учебно-практическая работа - 135 минут*
6. *подведение итогов занятия - 15 минут*
7. *задание к следующему занятию - 5 минут*

Самоподготовка студентов к занятию:

Цель самоподготовки: выработать у студентов умение самостоятельного мышления в плане подготовки к практическому занятию, уметь пользоваться нужной учебной, нормативно-справочной, аналитической и дополнительной литературой, интернет ресурсами.

Контрольные вопросы самоподготовки к семинарскому занятию:

1. Основы концепции маркетинга.
2. Роль маркетинга.
3. Направления маркетинга
4. Цели маркетинга.
5. Целевая ориентация и комплексность маркетинга.
6. Сущность аналитической функции.
7. Сущность производственной функции.
8. Сущность сбытовой функции.
9. Сущность функции управления и контроля.
10. Основные виды маркетинга.
11. Виды современного маркетинга (в зависимости от сферы и объекта применения).
12. Сущность необходимости создания маркетинговых служб.
13. Задачи и функции подразделений службы маркетинга на предприятии.
14. Задачи отдела конъюнктуры рынка, спроса и рекламы.
15. Задачи отдела сбыта
16. Функции отдела сбыта.
17. Экономическая сущность понятий "потребность", "спрос",

"предложение". Значение этих элементов рыночной экономики в теории маркетинга.

18. Закон спроса, рыночное равновесие.
19. Характеристика рынка.
20. Что представляет собой товарный рынок?
21. Типы товарных рынков.
22. Функции и структура фармацевтического рынка.
23. Инфраструктура фармацевтического рынка.
24. Понятие экономической конъюнктуры.
25. Характерные особенности конъюнктуры на фармацевтическом рынке.
26. Сегментация фармацевтического рынка, как важнейшая особенность маркетинговой концепции.
27. Характеристика основных факторов сегментации.
28. Основные критерии сегментации рынка.
29. Сегментация по продукту.
30. Сегментация по основному конкуренту.
30. Какие этапы включает в себя исследование фармацевтического рынка?
31. Дать характеристику понятию "емкость рынка".
32. Факторы, учитываемые при определении емкости национального рынка.

Рекомендуемая литература:

1. Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова
М.: Медицина, 2004.
2. Управление и экономика фармации: учебник ред. И.А. Наркевич
М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант студента»
<http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html>--
3. Лекционный материал.

Выполнение заданий на занятии:

Задание 1.

Как влияют перечисленные в таблице № 1 изменения на спрос и предложение?

Охарактеризуйте их влияние с помощью кривых спроса и предложения (поставьте «галочки» в колонках, название которых характеризует эффект изменения).

Таблица № 1

№	Изменения	Сдвиг кривой спроса	Движение вдоль кривой спроса	Сдвиг кривой предложения	Движение вдоль кривой предложения
1	Изменение цен конкурирующих товаров				

2	Внедрение новой технологии				
3	Изменение моды на товар				
4	Изменение потребительских доходов				
5	Изменение цен на сырье				

Задание 2.

Одним из результатов реформ в области фармации в России явилось то, что на внутреннем рынке страны появилось множество иностранных компаний.

Как этот факт при прочих неизменных условиях повлияет на спрос и предложение:

- а) на рынке фармацевтических товаров, производимых иностранными компаниями в России
- б) на рынке фармацевтических кадров
- в) на рынке аптечного оборудования
- г) на рынке отечественных препаратов

Задание 3.

В таблице № 2 представлена шкала спроса и предложения товара.

1) определите равновесный объем продаж и цену

Таблица № 2

Р (тыс.руб. за ед.)	Q_D (тыс. ед. в год)	Q_s (тыс. ед. в год)
1	25	5
2	20	10
3	15	15
4	10	20
5	5	25

2) определите объем спроса на товар и объем предложения товара при цене $P = 2$ тыс. руб. за единицу

3) какая ситуация возникает на рынке товара при цене $P = 2$ тыс. руб. за единицу (дефицит или затоваривание)?

4) определите объем дефицита или избытка товара на рынке при цене $P = 2$ тыс. руб. за единицу

5) как поступят продавцы, если обнаружат, что на рынке образовался дефицит (избыток)?

6) допустим, что произошло увеличение доходов населения, в результате чего шкала спроса на товар примет следующий вид (таблица № 3).

Таблица № 3

Р (тыс. руб./за ед.)	Q_D (тыс. ед. в год)
1	35
2	30
3	25
4	20
5	15

Определите новую равновесную цену и равновесный объем продаж.

Таблица № 4

Р (тыс. руб./за ед.)	Q_s (тыс. ед. в год)
1	-
2	0
3	5
4	10
5	15

7) представим, что спрос на товар не изменился и шкала спроса представлена в таблице №4. В результате введения правительством нового налога произошло уменьшение предложения товара. Новая шкала предложения представлена в таблице № 5.

Определите новую равновесную цену и равновесный объем продаж.

8) Если произойдет одновременное увеличение спроса и уменьшение предложения товара, как изменятся равновесная цена и равновесный объем продаж.

9) Решите задачу табличным и графическими способами.

Задание 4.

Функция спроса населения на группу витамины:

$$Q_D = 7 - P$$

$$Q_S = -5 + 2P, \text{ где}$$

Q_D – объем спроса в тыс. шт. в год

Q_S – объем предложения в тыс. шт. в год

P – цена в рублях

Определите равновесную цену и равновесный объем продаж. Что случится, если цена будет установлена на уровне 3 рублей.

Задание 5.

В таблице № 6 представлен объем спроса на лекарственный препарат при различных уровнях цены.

Таблица № 6

Цена за	Объем спроса (D)	Выручка	Коэфф. ценовой
---------	----------------------	---------	----------------

упаковку (Р) ДЕ			эластичности спроса Е _р
2,10	10		
1,80	20		
1,50	30		
1,20	40		
0,90	50		
0,60	60		
0,30	70		

Проанализируйте данные таблицы, ответьте на следующие вопросы:

а) рассчитайте коэффициенты ценовой эластичности спроса для всех указанных интервалов цены

б) при какой цене коэффициент ценовой эластичности спроса равен 1?

в) при какой цене спрос является эластичным? Не эластичным?

Задание 6.

При повышении цены на товар В с $P_1 = 7$ ДЕ до $P_2 = 10$ ДЕ, объем спроса на товар А сократился с $Q_1 = 76$ ЕД до $Q_2 = 56$ ЕД.

Рассчитайте коэффициент перекрестной эластичности спроса на товар А относительно цены товара В.

Товары А и В являются:

а) ампиокс и ампициллин

б) пенициллин и нистатин

в) ригевидон и дикаин

Задание 7.

Коэффициент перекрестной эластичности спроса на фестал и дигистал = 0,66

Какими товарами являются эти препараты?

Задание 8.

При изменении цены товара А с 4 ДЕ до 3 ДЕ за единицу, объем предложения товара В сократился со 100 ЕД до 75 ЕД.

Рассчитайте коэффициент перекрестной эластичности предложения товара В от цены товара А.

Товары А и В являются:

а) товарами заменителями

б) дополняющими товарами

в) независимыми товарами

Задание 9. Расчет показателей ассортимента лекарственных средств.

Провести анализ показателей ассортимента лекарственных средств, содержащих парацетамол (рассчитать коэффициенты полноты, глубины, индекса обновления и степени использования) (таблица № 8).

Согласно Государственному реестру, в России разрешено к применению 5 лекарственных форм парацетамола и его 12 препаратов.

Таблица № 8

№	Лекарственные препараты парацетамола, включенные в Государственный реестр	Имеются в аптеке	Новые ЛС	Пользовались спросом
1	2	3	4	5
1	Парацетамол «ангро»	+		+
2	Парацетамол таблетки 500 мг	+		+
3	Парацетамол таблетки 200 мг	-		
4	Парацетамол – 120	+		+
5	Парацетамол р-р 10 мл фл.	-		
6	Сироп парацетамола 2,4%-100 мл	-	+	
7	Парацетамол – 250 супп.	-		
8	Парацетамол в «Эффералгане»	+		
9	Парацетамол фл. 90 мл	-		
10	Парацетамол гранулированный	+		
11	Парацетамол в «Колпол» 100 мл	+		+
12	Парацетамол в «Проходоле» 100мл	-		

1.Широта ассортимента – характеризуется числом ассортиментных групп или подгрупп товаров

$K_{ш} = \frac{Ш \text{ факт}}{Ш \text{ баз}}$, где

Ш факт – количество групп или подгрупп товаров, имеющих в наличии в фармацевтической организации.

Ш баз – количество групп или подгрупп товаров, разрешенных к применению в стране.

2. Структура ассортимента ЛС характеризуется долей отдельных фармакотерапевтических групп (ФТГ) в общем количестве наименований ЛС, имеющих в фармацевтической организации:

Доля ФТГ = $\frac{А_{фтг}}{А_о} \times 100\%$, где

А фтг – ассортимент ФТГ (количество наименований);

Ао – ассортимент общий (количество наименований).

Полнота ассортимента – характеризуется числом подвидов одного вида товара, имеющих в фармацевтической организации. К подвидам ЛС относятся лекарственные формы: таблетки, драже, капсулы, растворы для инъекций, свечи и т.д.

3. Показателем полноты ассортимента является коэффициент полноты – Кп.

$K_p = P_{\text{факт.}} : P_{\text{баз.}}$, где

$P_{\text{факт.}}$ – количество наименований лекарственных форм одного ЛС или ФТГ, имеющих в наличии в фармацевтической организации;

$P_{\text{баз.}}$ – количество наименований лекарственных форм одного ЛС или ФТГ, разрешенных к применению в стране.

В идеале $K_p = 1,0$. Реально он находится в пределах 0,4-0,8

4. Глубина ассортимента характеризуется наличием разновидностей одного вида товара (вариантов отдельных товаров). Под разновидностью ЛС понимают конкретные лекарственные препараты определенной лекарственной формы, дозировки, концентрации, фасовки.

$K_g = G_{\text{факт.}} : G_{\text{баз.}}$, где

$G_{\text{факт.}}$ – количество наименований лекарственных препаратов одного ЛС или ФТГ, имеющиеся в наличии в фармацевтической организации;

$G_{\text{баз.}}$ – количество наименований лекарственных препаратов одного ЛС или ФТГ, разрешенных к применению в стране.

5. Степень использования ассортимента ЛС. (I_a) – является показателем использования имеющегося в фармацевтической организации ассортимента ЛС или ФТГ за определенный период времени.

$I_a = (a / A) \times 100\%$, где

a – количество наименований лекарственных препаратов одного ЛС или ФТГ, пользующихся спросом или реализованных фармацевтической организацией;

A – количество наименований лекарственных препаратов одного ЛС или ФТГ, имеющиеся в наличии в исследуемый период времени в фармацевтической организации.

Устойчивость ассортимента характеризуется степенью изменения показателей широты, полноты, глубины и структуры за исследуемые периоды времени.

6. Индекс обновления – показывает долю новых препаратов в ассортименте ЛС, разрешенных к применению в течение последнего года или 3-5 лет.

$I_o = m / M$, где

m – количество наименований новых ЛС в ассортименте фармацевтической организации

M – общее количество наименований ЛС в ассортименте фармацевтической организации

I_o может изменяться в пределах от 0 до 1,0 причем, чем больше его значение, тем эффективнее обновление ассортимента ЛС.

Задание 10.

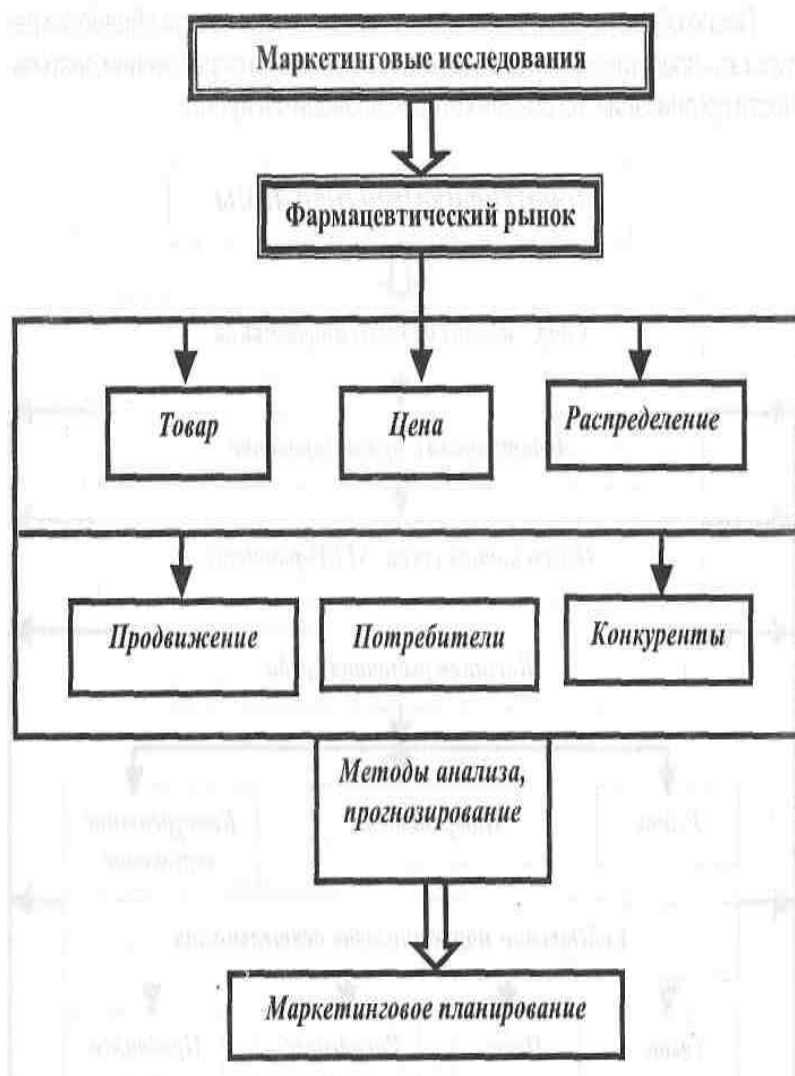
Процесс планирования маркетинга:

1. Анализ текущего положения организации и прогнозирование будущего положения (ситуационный анализ, аудит).

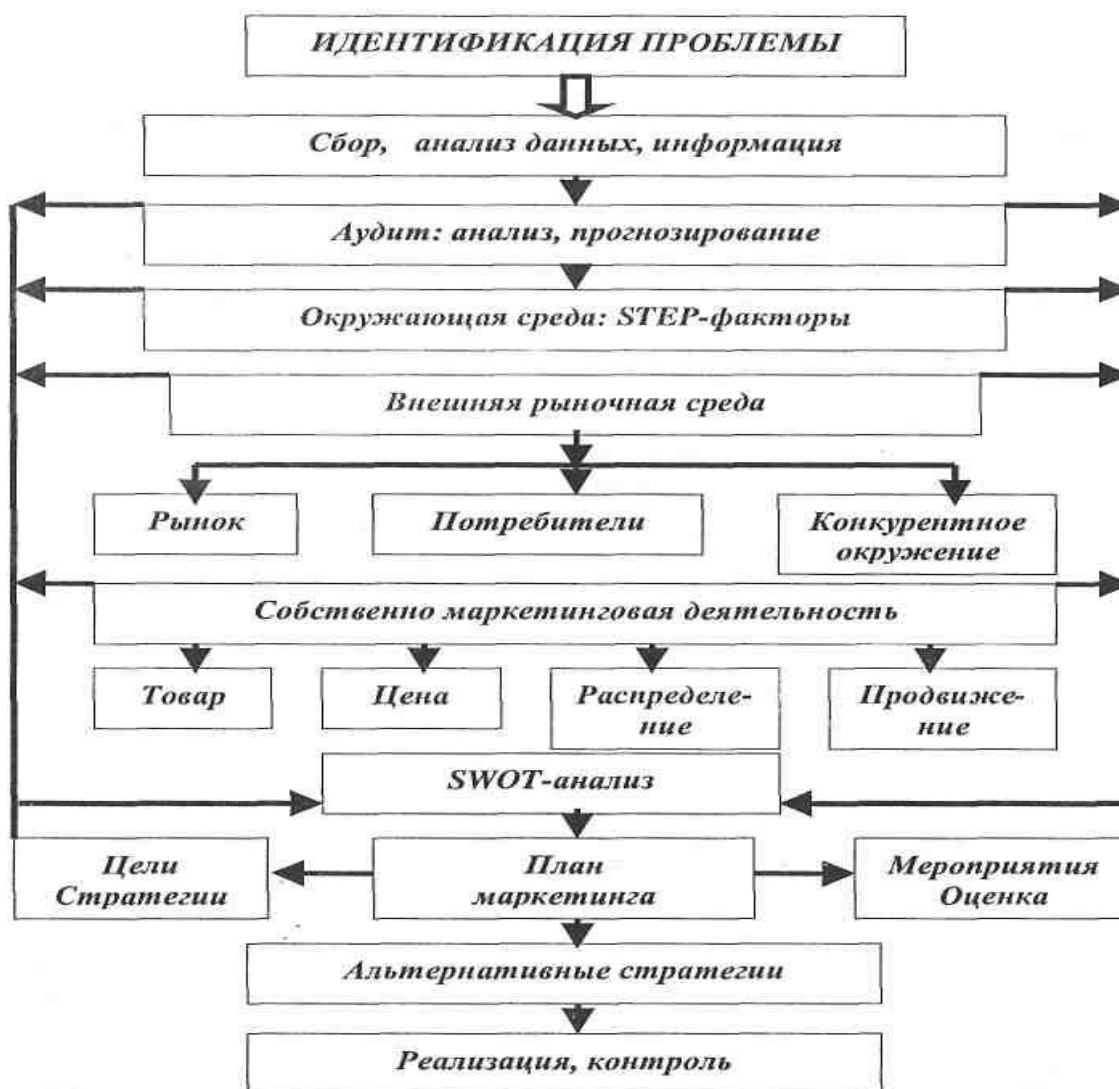
2. Разработка целей и стратегий для их достижения.

3. Формирование комплекса мероприятий (план маркетинга) для реализации определенных стратегий.

Проблемы, возникающие в рыночной деятельности организации, первоначально проявляются симптоматично, их необходимо идентифицировать. Например, при наличии такой проблемы как снижение показателей сбыта конкретного товара и ослабление позиций его на определенном рыночном сегменте, маркетинговой службе следует провести аудит текущей реальной ситуации, т.е. ситуационный анализ:



Маркетинговые исследования.



Концепция маркетингового планирования.

1. С использованием SWOT- и STEP- анализа составить план маркетингового исследования: Вариант 1- препарата «Центрум», Вариант 2- препарата «Колдркс»

Контрольные вопросы:

1. Под товарной номенклатурой аптечной организации понимают

- а) все, что предлагается рынку с целью использования или потребления
- б) совокупность ассортиментных групп; товарных единиц
- в) группы товаров, связанных между собой по схожести функционирования, группам покупателей, диапазону цен и др.
- г) все лекарственные средства и изделия медицинского назначения, находящиеся на витрине в торговом зале
- д) перечень лекарственных средств, отпускаемых без рецепта врача

2. Товарный ассортимент в фармацевтическом маркетинге определяется как

- а) все, что предлагается рынку с целью использования или потребления
- б) совокупность ассортиментных групп; товарных единиц
- в) группы товаров, связанных между собой по схожести функционирования, группам покупателей, диапазону цен и др.

- г) все лекарственные средства и изделия медицинского назначения, находящиеся на витрине в торговом зале
- д) перечень лекарственных средств, отпускаемых без рецепта врача
- в

3. Закон спроса утверждает, что

- а) повышение цены на товар ведет к уменьшению величины спроса (при прочих равных условиях)
- б) с повышением цены на товар возрастает предложение (при прочих равных условиях)
- в) повышение цены на товар ведет к увеличению величины спроса (при прочих равных условиях)
- г) инфляцию можно определить как дисбаланс между спросом и предложением
- д) спрос на деньги зависит от уровня национального дохода, скорости обращения денег, а также от ожидаемой инфляции

4. Закон предложения утверждает, что

- а) повышение цены на товар ведет к уменьшению величины спроса (при прочих равных условиях)
- б) с повышением цены на товар возрастает предложение (при прочих равных условиях)
- в) с понижением цены на товар предложение увеличивается (при прочих равных условиях)
- г) инфляцию можно определить как дисбаланс между спросом и предложением
- д) предложение денег зависит от уровня национального дохода, скорости обращения денег, а также от ожидаемой инфляции

5. Рыночное равновесие, т.е. установление равновесных цены и количества товара, наступает, когда

- а) спрос превышает предложение
- б) спрос и предложение одинаковы
- в) предложение превышает спрос
- г) безработица превышает инфляцию
- д) инфляция превышает безработицу

6. Если государство устанавливает максимальную цену, которую может запросить продавец, ниже равновесной, то возникает дефицит товаров, потому что

- а) спрос превышает предложение
- б) предложение превышает спрос
- в) спрос и предложение равны
- г) выполняется закон Лаффера
- д) увеличится индекс Джини

7. Количество данного товара, которое покупатели (потребители) желают, готовы и имеют денежную возможность приобрести за некоторый период времени по определенным ценам, определяется как

- а) спрос
- б) величина (объем) спроса
- в) предложение
- г) величина (объем) предложения
- д) рыночное равновесие

8. Возможность и желание продавца (производителя) предлагать свои товары для продажи на рынке по определенным ценам определяется как

- а) спрос
- б) величина (объем) спроса
- в) предложение
- г) величина (объем) предложения
- д) рыночное равновесие

9. Готовность (желание) фактического или потенциального потребителя к приобретению товара за имеющиеся у него и предназначенные для покупки этого товара деньги определяется как

- а) спрос
- б) величина (объем) спроса
- в) предложение

- г) величина (объем) предложения
 - д) рыночное равновесие
- 10. Предприятие получает стабильную прибыль на этапе следующего жизненного цикла товара**
- а) внедрение
 - б) зрелость
 - в) рост
 - г) упадок
 - д) разработка
- 11. В комплекс маркетинга входят следующие составляющие, кроме**
- а) цены
 - б) товара
 - в) конкуренции
 - г) продвижения
 - д) места
- 12. Совокупность фирм и отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-то другому право собственности на конкретный товар или услуги на их пути от производителя к потребителю, определяется как**
- а) маркетинг
 - б) снабжение
 - в) франчайзинг
 - г) товародвижение
 - д) канал товародвижения
- 13. Деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю за физическим перемещением материалов и готовых изделий от места их происхождения к местам использования с целью удовлетворения нужд потребителей и выгодой для себя определяется как**
- а) маркетинг
 - б) снабжение
 - в) франчайзинг
 - г) товародвижение
- 14. Емкость рынка определяется**
- а) суммой всех потребностей населения в данном товаре
 - б) величиной неудовлетворенного платежеспособного спроса на данный товар
 - в) объемом реализованного за определенный период товара
 - г) стоимостью всех товаров, находящихся в аптеке
 - д) количеством наименований в товарной номенклатуре аптеки
- 15. Концепция этичного фармацевтического маркетинга включает все, кроме**
- а) установления нужд потребителя
 - б) установление продолжительности пребывания ЛП на фармацевтическом рынке
 - в) удовлетворения нужд потребителей ЛП самым эффективным способом
 - г) повышения благосостояния потребителей
 - д) повышения благосостояния общества в целом
- 16. Фармацевтический маркетинг - это**
- а) формирование системы ценообразования
 - б) вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена
 - в) функция организации товарообразования ЛП, изделий медицинского назначения
 - г) совокупность существующих и потенциальных потребителей лекарственных препаратов, изделий медицинского назначения, услуг, идей
 - д) равновесие спроса и предложения
- 17. Фармацевтический рынок определяют как**
- а) вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена
 - б) совокупность существующих и потенциальных потребителей лекарственных препаратов, изделий медицинского назначения, услуг, идей
 - в) эффективный способ удовлетворения нужд потребностей

- г) способ формирования системы ценообразования
 - д) преимущество только потребителей фармацевтической продукции
- 18. Существуют следующие виды сегментирования рынка, кроме**
- а) простого маркетинга
 - б) массового маркетинга
 - в) целевого маркетинга
 - г) товарно-дифференцированного маркетинга
 - д) всех вышеперечисленных
- 19. Позиционирование товаров на фармацевтическом рынке не может быть**
- а) реальным, оценочным
 - б) массовым
 - в) простым
 - г) сложным
 - д) двоичным
- 20. Конкурентоспособность ЛП можно оценить, используя все нижеперечисленные критерии, за исключением**
- а) эффективности
 - б) побочных действий
 - в) способа реализации
 - г) доступности (наличия в аптеке)
 - д) доступности по цене
- 21. От стадии жизненного цикла лекарственного препарата (ЛП) на рынке не зависит**
- а) прибыль
 - б) объем сбыта
 - в) срок годности ЛП
 - г) число конкурентов
 - д) расходы на маркетинг
- 22. Один из основных инструментов фармацевтического рынка**
- а) цена
 - б) товарные запасы
 - в) наценка
 - г) прибыль
 - д) издержки обращения
- 23. Наиболее значимыми факторами, влияющими на ценовую эластичность спроса на лекарственные препараты, являются все, кроме**
- а) наличия заменителей
 - б) денежных доходов потребителей
 - в) удельного веса в бюджете потребителя
 - г) фактора времени
 - д) меры необходимости в товаре
- 24. Закономерности поведения потребителей на фармацевтическом рынке определяются**
- а) потребительскими предпочтениями и бюджетными ограничениями
 - б) эластичностью спроса
 - в) фактором времени
 - г) предложением
 - д) всеми вышеперечисленными факторами

Методические рекомендации для аудиторной работы студентов по управлению и экономике фармации 4 курса (8 семестр).

Занятие №15

ТЕМА: Модульное занятие.

Цель занятия: закрепить полученные знания и умения студентами по ранее изученным темам.

Форма контроля:

7. Тест
8. Вопросы по билету.
9. Решение ситуационных задач.

Контрольные вопросы:

28. Дайте определение понятия «стиль руководства».
29. Расскажите об основных подходах определения стиля руководства.
30. Дайте характеристику подходу с позиции личных качеств.
31. Что такое одномерные и многомерные стили руководства.
32. Дайте характеристику поведенческому подходу. Расскажите о «решетке менеджмента».
33. Дайте характеристику ситуационному подходу.
34. Дайте определение «группы» формальных и неформальных структур трудового коллектива.
35. Дайте определение понятия «социально-психологический климат коллектива» (СПК).
36. Какие методы используются для изучения социально-психологического климата коллектива.
37. Что такое «социометрия».
38. Какие факторы определяют социокультуру коллектива.
39. Дайте определение конфликта, конфликтной ситуации, инцидента.
40. Каковы причины конфликтов в фармацевтических организациях.
41. Какие методы используются для управления конфликтной ситуацией.
42. Охарактеризуйте конфликты по классификационному признаку.
43. Расскажите о стилях разрешения межличностных конфликтов.
44. Расскажите о последствиях, к которым могут привести конфликты.
45. «Понятие «качество лекарственного средства».
46. ФЗ РФ «О защите прав потребителей» №2300-1 от 07.02.92.
47. Дать определения понятиям: потребитель, изготовитель, исполнитель,

- продавец, недостаток товара, существенный недостаток товара, срок службы, срок годности, гарантийный срок.
48. Требования к качеству товара (работ, услуг).
 49. Право потребителя на безопасность.
 50. Информация об изготовителе.
 51. Информация о товаре
 52. Антимонопольное законодательство.
 53. Законы, нормативные документы по стандартизации и сертификации товаров, работ и услуг.
 54. Нормативные правовые документы по правилам обращения ЛС и других фармацевтических товаров
 55. Виды собственности.
 56. Выбор организационно-правовой формы аптечного предприятия.
 57. Порядок проведения лицензирования.
 58. Порядок открытия расчетного счета в банке.
 59. Материально-техническое оснащение аптек.
 60. Основные принципы и правовые основы лицензирования.
 61. Определение основных понятий.
 62. Цели лицензирования.
 63. Лицензирующие органы и их полномочия.
 64. Лицензионные требования и условия.
 65. Случаи проведения лицензирования аптечных учреждений.
 66. Порядок проведения лицензирования фармацевтической деятельности аптечного учреждения на территориальном уровне.
 67. Лицензирование фармацевтической деятельности в сфере оптовой торговли.
 68. Лицензирование фармацевтической деятельности в сфере производства лекарственных средств.
 69. Подведение итогов лицензирования.
 70. Случаи отзыва лицензии.
 71. Формирование и ведение реестров лицензий.
 72. Организационная структура аптек.
 73. Подбор и расстановка кадров.
 74. Контроль за фармдеятельностью.
 75. Обоснование целесообразности открытия аптек.
 76. Определение целей предприятия в бизнес-плане.
 77. Исследование и анализ сбыта.
 78. План маркетинга.
 79. Изучение издержек обращения и безубыточности.
 80. Конкуренция и другие внешние факторы.
 81. Управление в организации: кадровая политика, наем работников, заработная плата.

82. Финансовый план.
83. Основы концепции маркетинга.
84. Роль маркетинга.
85. Направления маркетинга
86. Цели маркетинга.
87. Целевая ориентация и комплексность маркетинга.
88. Сущность аналитической функции.
89. Сущность производственной функции.
90. Сущность сбытовой функции.
91. Сущность функции управления и контроля.
92. Основные виды маркетинга.
93. Виды современного маркетинга (в зависимости от сферы и объекта применения).
94. Сущность необходимости создания маркетинговых служб.
95. Задачи и функции подразделений службы маркетинга на предприятии.
96. Экономическая сущность понятий "потребность", "спрос", "предложение". Значение этих элементов рыночной экономики в теории маркетинга.
97. Закон спроса, рыночное равновесие.
98. Характеристика рынка.
99. Что представляет собой товарный рынок?
100. Типы товарных рынков.
101. Функции и структура фармацевтического рынка.
102. Инфраструктура фармацевтического рынка.
103. Понятие экономической конъюнктуры.
104. Характерные особенности конъюнктуры на фармацевтическом рынке.
105. Сегментация фармацевтического рынка, как важнейшая особенность маркетинговой концепции.
106. Характеристика основных факторов сегментации.
107. Основные критерии сегментации рынка.
108. Сегментация по продукту.
109. Сегментация по основному конкуренту.
110. Какие этапы включает в себя исследование фармацевтического рынка?
111. Дать характеристику понятию "емкость рынка".
112. Факторы, учитываемые при определении емкости национального рынка.

Рекомендуемая литература:

1. Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова
М.: Медицина, 2004.
2. Управление и экономика фармации: учебник ред. И.А. Наркевич
М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант студента»

<http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html>--

3. Лекционный материал.