

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «СЕВЕРО-ОСЕТИНСКАЯ
ГОСУДАРСТВЕННАЯ МЕДИЦИНСКАЯ АКАДЕМИЯ» МИНИСТЕРСТВА
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

(ФГБОУ ВО СОГМА Минздрава России)

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра фармации

Бидарова Ф.Н., Цахилова Е.Н.

**Методические рекомендации по фармацевтическому мерчандайзингу
(техника продаж) по проведению активных и интерактивных занятий для
студентов фармацевтического факультета
основной профессиональной образовательной программы высшего
образования – программы специалитета по специальности 33.05.01 Фармация,
утвержденной 24.05.2023 г.**

Владикавказ, 2023 г.

1. Разделы дисциплины, виды учебной деятельности, формы контроля и матрица компетенций

№№ п/п	№ семестра	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды учебной деятельности (в часах)					Формируемые компетенции (коды)	Используемые образовательные технологии, способы и методы обучения		Формы текущего и промежуточн ого контроля успеваемости
			Л	ЛР	ПЗ	СР С	всег о		Традицио нные	Интерактив ные	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. ____	3	Раздел 1. Общие понятия мерчандайзинга. Принципы и правила мерчандайзинга в аптечных организациях.	4	-	16	8	28	УК-1 УК-4 ОПК-3 ПК-7	ЛТ, СИ, К	ЛД, ПР (ЗС), МШ, УИРС	ДЗ, Т, С, МР, УИ
2. ____	3	Раздел 2. Формирование образа аптеки.	8	-	24	14	46	УК-1 УК-4 ОПК-3 ПК-7	ЛТ, СИ, К	ЛД, ПР (ЗС), МШ, УИРС	ДЗ, Т, С, МР, УИ
3. ____	3	Раздел 3. Психологические аспекты общения фармацевтического работника и покупателя.	4	-	16	8	28	УК-1 УК-4 ОПК-3 ПК-7	ЛТ, СИ, К	ЛД, ПР (ЗС), МШ, УИРС	ДЗ, Т, С, МР, УИ
4. ____	3	Зачет	-	-	4	2	6	УК-1 УК-4 ОПК-3 ПК-7	-	-	3
ИТОГО:			16	-	60	32	108	УК-1 УК-4 ОПК-3 ПК-7	ЛТ, СИ, К	ЛД, ПР (ЗС), МШ, УИРС	ДЗ, Т, С, МР, УИ, З

Приложение 1 к п.1 Используемые образовательные технологии, способы и методы обучения

ЛТ	традиционная лекция	УФ	учебный видеофильм
ЛБ**	лекция с демонстрацией больного	КОП**	использование компьютерных обучающих программ
ЛВ	лекция-визуализация	ЗС**	решение ситуационных задач
ЛД*	лекция-дискуссия	ДИ*, РИ*	деловая и ролевая учебная игра
ЛО	лекция открытая (актовая речь)	КС**	анализ клинических случаев
ЛП*	проблемная лекция	МШ*	метод мозгового штурма
ПС*	проблемные семинары	МГ*	метод малых групп
КПЗ**	клиническое практическое занятие	МК*	метод кейсов
ЛР**	лабораторная работа	ИБ**	подготовка истории болезни
ПЗ**	практическое занятие	СИ	самостоятельное изучение тем, отраженных в программе, но не рассмотренных в аудиторных занятиях
КС*	круглый стол, дискуссии	СУФ**	создание учебного видеофильма
ТР*	тренинги	Д**	дежурства в отделениях лечебной базы
ВП**	встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций	УИРС**	учебно-исследовательская работа студента (составление информационного обзора литературы по предложенной тематике, подготовка реферата, подготовка эссе, доклада, написание курсовой работы, подготовка учебных схем, таблиц)
МК*	мастер-классы экспертов и специалистов	НИРС**	научно-исследовательская работа студентов
ВК**	посещение врачебных конференций, консилиумов	НПК**	участие в научно-практических конференциях
ОТ**	работа на обучающих тренажерах	ИБ**	создание информационных бюллетеней
ТУН**	создание тематических учебных наборов (альбомов)	А**	работа в архиве ЛПУ
АУН**	анализ и расшифровка учебных наборов (альбомов)	К	написание конспектов
РНД*	работа с нормативной документацией	ЦТ*	цифровые технологии

Примечания: Без звездочек – традиционные образовательные технологии. *Обозначены интерактивные образовательные технологии. **Обозначены деятельностно-ориентированные образовательные технологии.

Приложение 2 к п.1 Формы текущего контроля успеваемости

БМ	контроль работы с биологическим материалом	ДП	заполнение дневников на практике
КР	проведение контрольных работ	Т	тестирование
ДЗ	проверка выполнения письменных домашних заданий	Пр.	оценка освоения практических навыков (умений)
КЗ	комплексная оценка знаний	С	оценка по результатам собеседования (устный опрос)
ЛР	защита лабораторных работ	ОИБ	оценка информационных бюллетеней
АКС	анализ клинических случаев (клинический разбор)	АМ	создание анатомических муляжей
УИ	защита учебного исследования	ЗИБ	защита историй болезни
РГ	оценка расчетно-графических работ	ДО	дисциплинарная олимпиада
МП	создание морфологических препаратов	МР	модульная работа

Приложение 3 к п.1 Формы контроля

Форма контроля	Вид текущего и промежуточного контроля	Обозначение	Кодификатор
Устный опрос (УО)	Собеседование	С	УО-1
	Коллоквиум	К	УО-2
	Доклад	Д	УО-3
Письменные работы (ПР)	Тестовые задания	ТЗ	ПР-1
	Контрольная работа	КР	ПР-2
	Лабораторная работа	ЛР	ПР-3
	Эссе	Э	ПР-4
	Реферат	Р	ПР-5
	Проект	П	ПР-6
	Курсовая	К	ПР-7
	Зачет	З	ПР-8
	Экзамен	Э	ПР-9
	Научный доклад (статья)	НД	ПР-10
	Отчет по научно-исследовательской работе студента (НИРС)	НИРС	ПР-11
	Выполнение домашних заданий	ДЗ	ПР-12
	Модульная работа	МР	ПР-13
Технические средства контроля (ТС)	Программы компьютерного тестирования (обучающие)	ПКТ	ТС-1
	Учебные задачи	УЗ	ТС-2
	Ситуационные задания	СЗ	ТС-3
	Электронные аттестующие тесты (ФЭПО, i-exame)	ЭА	ТС-4
	Электронный практикум		ТС-5
	Аттестующие тесты		ТС-6
	Виртуальные лабораторные работы		ТС-7

По дисциплине «Фармацевтический мерчандайзинг (техника продаж)» (5 курс 9 семестр) проводятся аудиторные занятия (лекции, практические занятия) с использованием различных образовательных технологий, методов и способов обучения.

Лекционные занятия проводятся в виде лекций традиционных, лекций-дискуссий (обмен мнений в ходе изложения лекции) по всем разделам дисциплины. В конце лекционного занятия студентам дается тематика на самостоятельное изучение. Лекционный материал входит в состав учебно-методического комплекса дисциплины.

Занятия проводятся в форме практических занятий, на которых ведется устный и письменный опрос. Опрос может проводиться с использованием метода мозгового штурма (решение заданной проблемы с участием всех студентов, имеющих возможность высказывать свои мнения) и метода малых групп (самостоятельное изучение проблемы посредством взаимодействия студентов в малых группах). Задания опроса отражаются в методических рекомендациях к аудиторным занятиям/для преподавателя по дисциплине (УМКД). На практическом занятии также проводится практическая работа – решение ситуационных задач. Банк ситуационных задач представлен в оценочных средствах (ФОС) по дисциплине. На практических занятиях в ходе самостоятельной подготовки студентов (ВРСР) к занятиям проводится учебно-исследовательская работа студента (составление информационного обзора литературы по предложенной тематике, подготовка реферата, подготовка эссе, доклада). На практических занятиях (аудиторных) и при самостоятельной подготовке студентов к занятиям используются цифровые технологии – электронный ресурс ФЭМБ <https://femb.ru/record/pharmacopea14>, а также программное обеспечение Microsoft Office.

Форма текущего контроля успеваемости включает – домашнее задание (внеаудиторная самостоятельная работа студента - материалы УМКД), тестирование (письменное, компьютерное – оценочные средства дисциплины), оценку по результатам собеседования (устного опроса – методические материалы УМКД), модульную работу (материалы ФОС и УМКД), изучения дисциплины среди студентов 5 курса фармацевтического факультета проводится так же в формате защиты учебного исследования студента – письменные работы (составление информационного обзора литературы по предложенной тематике, подготовка реферата, подготовка эссе, доклада)

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета по билетам (устно или письменно).

СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАЧИ (ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА)

Задание 1.

В аптеке ООО «Здоровье» оформлении витрин отдела: лекарственные препараты расположены таким образом, что ценники закрывают их наименования; большая часть витрин занята препаратами группы противогрибковых, противозачаточных препаратов, а также препаратов для снижения веса, для лечения желудочно-кишечных заболеваний, дорогостоящей лечебной косметикой, в то время как лекарственные средства для лечения сезонных респираторных заболеваний и гриппа расположены в самом дальнем углу, и их с трудом можно обнаружить. Укажите какие правила мерчандайзинга были нарушены.

Ответ: В аптеке были нарушения принципов мерчандайзинга. Сезонные препараты были расположены в самом дальнем углу и их с трудом было обнаружить. Ценники, наклеенные на упаковки, не должны были закрывать наименование ЛС. Видя товар, покупатель должен видеть и цену. Цена должна располагаться на каждой упаковке с левой стороны. Наиболее продаваемый и прибыльный товар должен находиться на приоритетном месте. Мерчандайзинг — это маркетинг в розничной точке, состоящий из техники по размещению товара, разработки и расположения рекламных материалов на месте покупки. Основной задачей мерчандайзинга является правильная демонстрация и размещение товара/препаратов на полках с целью увеличить объемы его реализации. Важность мерчандайзинга безрецептурных (ОТС) лекарственных препаратов определяется: развитием самолечения; конечный потребитель имеет возможность выбора из большого разнообразия продукции; наличием множества идентичных безрецептурных препаратов по доступным ценам; принятием большинства решений о покупке прямо в торговых точках и аптеках. Информация и демонстрация товара в аптеке часто оказывает решающее влияние на решение о покупке.

Задание 2.

Укажите, на какой из полок на двух представленных рисунках покупателю легче будет найти и выбрать нужный ему товар? В каком случае покупатель будет более благодарен производителю и аптеке за легкость выбора, сэкономленное время и усилия?



Рисунок – 1.



рисунок – 2.

Ответ: На первом рисунке, на нижней полке продукция расположена по своему назначению (профилактика глазных заболеваний). Однако можно заметить, что не все производители используют возможность применения марочного корпоративного блока. Из опыта создания упаковок можно, например, отметить, что родственный характер упаковок обеспечивает лучшую узнаваемость и облегчает продвижение не только всего ассортимента марки, но и всех препаратов производителя в целом. При правильно разработанной и сходной стилистике упаковок продукции одного производителя его продажи и потенциал для продвижения больше.

На втором рисунке корпоративный блок витаминов на верхней полке привлекает больше внимания, чем товар, расположенный на средней полке. И дело здесь не только в дублировании, но и в продуманном едином дизайне упаковки всей серии и расположении линейки на полке в той очередности, в которой покупателю будет удобно в ней ориентироваться

Задание 3.

Приведите примеры возможного перевода свойства предложенных лекарственных препаратов: Панадол экстра табл., Ополаскиватель «Лесной бальзам», Ново-пассит таблетки, Хондроксид мазь, Дифлюкан капсулы, Тера-флю экстра пор., Адвантан мазь, Но-шпа табл., Стрепсилс табл. в выгоды для покупателей при консультации.

Ответ:

Препарат	Свойства	Выгоды для покупателя
Панадол экстра табл.	Эффективность	Данное лекарство эффективно понизит температуру за несколько минут а так же быстро снимет

		головную боль.
Ополаскиватель «Лесной бальзам»	Новизна	Данная новинка предназначена для комплексного ухода за полостью рта между чистками зубов лечебно-профилактическими пастами «Лесной бальзам».
Ново-пассит таблетки	Удобство в применении	Удобно всегда держать под рукой: в сумочке, в бардачке, можно взять в поездку.
Хондроксид мазь	Доступная цена	Отечественный доступный лекарственный препарат, по своей эффективности не уступающий импортному аналогу, что позволит вам при длительном курсе лечения значительно сэкономить ваши денежные средства.
Дифлюкан капс.	Производитель	Данное лекарственное средство разработано и производится одной из крупнейших зарубежной фармацевтической компанией, которая гарантирует качество и высокую эффективность своих лекарственных средств.
Тера-флю экстра пор.	Широкий спектр действия	Данный препарат снимет все симптомы вашего заболевания: головную боль, заложенность носа, и нормализует температуру тела, а витамин С, входящий в состав поможет вашему организму быстрее справиться с заболеванием.
Адвантан мазь	Безопасность	Согласно инструкции по применению данное лекарственное средство разрешено к использованию у детей с 6 месяцев, что говорит о его высокой безопасности и хорошей терапевтической переносимости.
Но-шпа табл.	Известность	Данный препарат широко используется во врачебной практике, что характеризует его как безопасное и эффективное лекарственное средство.
Стрепсилс табл.	Качество	Компания производитель гарантирует качество данного препарата, так как производство его регламентируется требованиями GMP и стандартами качества ISO-9001-2000.

Задание 4.

Покупатель пришел в аптеку за витаминами Витрум, при консультировании провизором, который предложил приобрести более популярный препарат Суправит, он отказался и приобрел витаминный комплекс Витрум. Какая категория покупки была совершена посетителем. Какие категории покупок вы знаете.

Ответ: Существует три категории покупок:

Четко спланированная покупка - когда покупатель точно знает торговую марку или товар. Как свидетельствует статистика, таких покупателей не так уж много. В данном случае именно такая покупка была совершена покупателем.

Нечетко спланированная покупка - когда покупатель определяет для себя лишь вид товара. Например, человек идет за витаминами. Он не хочет покупать конкретную торговую марку, например Центрум или Витрум, он хочет купить витамины. Но пока еще не решил, какие именно купить. Может быть, он не знает торговые марки, которые присутствуют в той или иной группе.

Незапланированная покупка - когда покупатель приходит в аптеку и совершает покупку, которую он в данный момент делать не собирался. Это бывает достаточно часто. Как правило, именно так покупают всевозможные сопутствующие товары, парафармацевтику.

Задание 5.

Посетитель пришел в аптеку ООО «Здравушка». Внутри царил полумрак, грязный пол, витрины не информативно оформлены, присутствовал запах от недавнего обеда сотрудников. Укажите, какой должна быть атмосфера торгового зала в аптеке с позиции мерчандайзинга.

Ответ:

Аптека должна вызывать ассоциации с жизнью, светом, здоровьем, бодростью.

Атмосфера складывается из нескольких факторов.

Аптека должна быть оформлена в едином стиле (фирменный логотип на значках продавцов, фирменные цвета оформления зала, фирменный пакет для покупок и т.д.). Это улучшает запоминание. Немаловажный фактор -- рациональное использование площади аптеки. Покупатели не должны наткаться друг на друга.

Другой компонент, формирующий атмосферу аптеки - освещение. Оно должно быть оптимальным, чтобы покупателю не пришлось напрягать зрение или щуриться от слишком яркого света. Мягкое, в меру яркое освещение создает хорошее настроение. Поэтому желательно, чтобы свет имел теплый оттенок или был нейтрально белым. Световые приборы необходимо органично вписать в интерьер торгового зала.

Интерьер аптеки должен вызывать ощущение уюта, но не отвлекать от выбора товара.

На восприятие влияет цветовая гамма интерьера. Как показывают исследования, теплые тона (оттенки красного и желтого) и холодные тона (оттенки синего и зеленого) оказывают противоположное воздействие. Теплые тона возбуждают -- изменяются даже физиологические показатели организма: учащается сердцебиение, дыхание, повышается артериальное давление. Холодные тона, наоборот, успокаивают, помогают покупателю сосредоточиться. Именно в холодных тонах чаще всего и оформляются торговые залы аптечных организаций. Самый популярный аптечный цвет -- зеленый. И не зря: различные оттенки зеленого не только успокаивают психику, но и ассоциируются у человека с жизнью, здоровьем, свежей зеленью, витаминами и т.д.

Еще один редко используемый компонент атмосферы - запахи. Чем пахнет в аптеке? Как правило, лекарствами. Покупатели привыкли к этому, но важно, чтобы запах не становился слишком сильным и не вызывал неприятных ассоциаций с больничной палатой.

Атмосферу торгового зала также формирует его температура. Не следует забывать, что в зимнее время многие заходят в аптеки просто для того, чтобы погреться, -- и заодно совершают покупки, если аптека сумеет "соблазнить" на этот шаг. Наиболее комфортной для потребителей считается температура 16--18 градусов.

Важен в торговом зале и нормальный воздухообмен: в помещении не должно быть душно, но и не должны гулять сквозняки.

И, конечно, нельзя забывать об удобстве для посетителей. Товары, актуальные для пожилых людей и инвалидов, желательно расположить неподалеку от входа и -- если аптека двухэтажная -- только на первом этаже. Растения и, конечно, чистота создают в аптеке уют и домашнюю, доверительную атмосферу, в которой посетителю захочется задержаться.

Критерии оценивания устных ответов на контрольные вопросы к занятию

Уровень знаний обучающихся при собеседовании определяется следующими оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Оценка **«отлично»** ставится, если обучающийся глубоко и прочно усвоил весь программный материал и материал дополнительных источников, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически отвечает на вопрос, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок и неточностей.

Оценка **«хорошо»** ставится, если обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных ошибок и неточностей в ответе на вопрос.

Оценка **«удовлетворительно»** ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильно трактует формулировки, нарушает последовательность в изложении ответа на вопрос.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если обучающийся демонстрирует отсутствие знаний по вопросу, допускает принципиальные ошибки, не может правильно применять теоретические положения.

Критерии оценивания решения ситуационных задач

Оценка **«отлично»** ставится, если ответ на вопросы задачи дан правильно; объяснение хода её решения подробное, последовательное, грамотное, с теоретическими обоснованиями (в том числе из лекционного курса). Ответы на дополнительные вопросы верные, чёткие.

Оценка **«хорошо»** ставится, если ответ на вопросы задачи дан правильно, объяснение хода её решения подробное, но недостаточно логичное, с единичными ошибками в деталях, некоторыми затруднениями в теоретическом обосновании); Ответы на дополнительные вопросы верные, но недостаточно чёткие.

Оценка **«удовлетворительно»** ставится, если ответы на вопросы задачи даны правильно; объяснение хода её решения недостаточно полное, непоследовательное, с ошибками, слабым теоретическим обоснованием, в том числе лекционным материалом. Ответы на дополнительные вопросы недостаточно четкие, с ошибками в деталях.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если ответы на вопросы задачи даны неправильно. Объяснение хода её решения дано частичное, непоследовательное, с грубыми ошибками, без теоретического обоснования. Ответы на дополнительные вопросы не даны.

Темы для рефератов, эссе, сообщений, докладов по дисциплине.

1. Определение, цель и задачи аптечного мерчандайзинга.
2. Принципы и правила мерчандайзинга в аптечных организациях.
3. Законы успешного мерчандайзинга.
4. Концепция места аптечной организации.
5. Внутренняя среда аптеки.
6. Представление товара на витрине в аптеке.
7. Психологические аспекты общения провизора и потребителей.

Критерии оценки	Баллы	Оценка
Соответствие целям и задачам дисциплины, актуальность темы и рассматриваемых проблем, соответствие содержания заявленной теме, заявленная тема полностью раскрыта, рассмотрение дискуссионных вопросов по проблеме, сопоставлены различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, научность языка изложения, логичность и последовательность в изложении материала, количество исследованной литературы, в том числе новейших источников по проблеме, четкость выводов, оформление работы соответствует предъявляемым требованиям.	5	Отлично
Соответствие целям и задачам дисциплины, актуальность темы и рассматриваемых проблем, соответствие содержания заявленной теме, научность языка изложения, заявленная тема раскрыта недостаточно полно, отсутствуют новейшие литературные источники по проблеме, при оформлении работы имеются недочеты.	4	Хорошо
Хорошо Соответствие целям и задачам дисциплины, содержание работы не в полной мере соответствует заявленной теме, заявленная тема раскрыта недостаточно полно, использовано небольшое количество научных источников, нарушена логичность и последовательность в изложении материала, при оформлении работы имеются недочеты	3	Удовлетворительно
Работа не соответствует целям и задачам дисциплины, содержание работы не соответствует заявленной теме, содержание работы изложено не научным стилем	2-0	Неудовлетворительно