

ОРД-УП.ЭК.ФАРМ-22
ОРД-УП.ЭК.ФАРМ-23

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

Кафедра фармации

Бидарова Ф.Н., Цахилова Е.Н.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ (ВНЕАУДИТОРНОЙ) РАБОТЫ ОРДИНАТОРОВ
ПО УПРАВЛЕНИЮ И ЭКОНОМИКЕ ФАРМАЦИИ**

основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы ординатуры по специальности

33.08.02 Управление и экономика фармации, утвержденной 13.04.2023 г.

Владикавказ, 2023 г.

Методические рекомендации по самостоятельной (внеаудиторной) работе по управлению и экономике фармации

Занятие №1.

I. Тема: «Документальные источники научной фармацевтической информации. Виды АСПИ».

2.Значимость изучаемой темы.

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. 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.

3.Содержание изучаемой темы по программе.

Основные термины и определения информатики. Научная и деловая информация. Свойства и виды научной информации. Аналитико-синтетическая переработка. Информационный фонд. Информационные ресурсы. Основные направления развития фармацевтической информации. Информационно-справочные системы о ЛС.

4. Контрольные вопросы 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.

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

<u>Ординатор должен знать:</u> 1. виды первичных документов как источники информации и принципы их классификации. 2. основные виды АСПИ.	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2. Лекционный материал.
<u>Ординатор должен уметь:</u> 1. определять вид и осуществлять классификацию первичных документов. 2. проводить аналитико-синтетическую переработку информации (АСПИ).	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017.

- подготовить сообщение по теме «Документальные источники научной фармацевтической информации. Виды АСПИ »	«Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/ 1. book/ISBN9785970442265.html 2. Методические рекомендации к занятию №1. 3. Научно-практический журнал «Новая аптека». http://harupharma.ru/ http://webapteka.ru/ http://www.recipe.ru http://www.pharmvestnik.ru
---	--

6. Задания (выполнить письменно, в рабочих тетрадях) для подготовки к занятию:

Задание 1.

В чем заключается информационная работа в аптеке.

Потребители и источники фармацевтической информации.

Задание 2.

Перечислите виды источников фармацевтической информации и виды аналитико-синтетической обработки документов.

Задание 3.

Охарактеризуйте классификацию изданий.

Задание 4.

Дайте сравнительную характеристику библиографического и реферативного обзоров.

Задание 5.

Опишите преимущества и недостатки различных источников фармацевтической информации.

Задание 6.

Составить библиографическое описание книги одного-трех авторов.

Задание 7.

Составить библиографическое описание статьи четырех и более авторов из любого научного журнала (электронной версии журнала).

Задание 8.

Составить реферат по теме «Документальные источники научной фармацевтической информации».

7. Тестовые задания для самоконтроля (выделенным шрифтом отмечены правильные ответы).

1. Укажите правильный ответ.

К первичным научным документам относится:

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

2. Укажите правильный ответ.

К вторичным научным документам относится:

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

3. Найдите правильный ответ.

Издания классифицируют по видам на:

1. авторские
 2. неперiodические
 3. периодические
 4. официальные
- 1,4

4. Найдите правильный ответ.

Издания классифицируют по структуре:

1. моноиздания
 2. сборники
 3. авторские
 4. неперiodические
 5. периодические
- 1,2

5. Найдите правильный ответ.

Издания классифицируют по периодичности на:

1. авторские
 2. неперiodические
 3. периодические
 4. официальные
 5. продолжающиеся
- 2,3,5

Методические рекомендации по самостоятельной (внеаудиторной) работе по управлению и экономике фармации

Занятие №2.

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

2.3. Значимость изучаемой темы.

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. 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.

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.

3.Содержание изучаемой темы по программе.

Изучения информационных потребностей, проведения социологических исследований; порядок создания информационно-справочной системы о ЛС.

Фармацевтическая информация и реклама ЛС. Особенности рекламы ОТС-препаратов. Система формирования спроса и стимулирования сбыта. Планирование, основные формы, оценка эффективности рекламы ЛС. Основные этические критерии продвижения ЛС.

4. Контрольные вопросы 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: рекламодаделец, 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.

5. Цель 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.

<u>Ординатор должен знать:</u> 1. принципы классификации вопросов и методы обработки результатов анкетирования.	1Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика
---	---

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	фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html. 3. Лекционный материал.
<u>Ординатор должен уметь:</u> 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	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2.Методические рекомендации к занятию №2. 3.Научно-практический журнал «Новая аптека». http://harupharma.ru/ http://webapteka.ru/ http://www.recipe.ru http://www.pharmvestnik.ru

проведенной рекламной компании. - подготовить сообщение по теме «Маркетинговые методы исследования информационных потребностей», «Реклама ЛС».	
--	--

6.Задания (выполнить письменно, в рабочих тетрадях) для подготовки к занятию:

Задание 1.

Дайте характеристику потребителей фармацевтической информации.

Задание 2.

Охарактеризуйте методы изучения потребностей.

Задание 3.

Разработайте анкету по потребности в фармацевтической информации - для детских лекарственных форм (анкета для родителей).

Задание 4.

Разработать анкету по потребности в фармацевтической информации - для врачей (офтальмологов).

Задание 5.

Разработать анкету по потребности в фармацевтической информации - для провизоров-технологов.

Задание 6.

К какому виду информационной потребности можно отнести обращение врача с просьбой к провизору-информатору подобрать ему информацию о побочных реакциях лекарственных средств, используемых при лечении гепатита, так как у его родственника тяжелая форма этого заболевания?

а) групповая (так как врач интересуется сведениями, необходимыми ему как специалисту);

б) личная (потребность возникла как факт личной жизни).

Задание 7.

Определить размер рекламного бюджета на рекламу в прессе методом «цель-и-задача». Данные представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Варианты	1	2	Пример
Планируемый объем продаж, млн. шт.	8	5	4
Коэффициент перехода объявления в контакт (доля увиденных одним потребителем объявлений)	0,2	0,2	0,2
Коэффициент перехода контакта в осведомленность	0,5	0,5	0,5
Коэффициент перехода осведомленности в готовность попробовать	0,2	0,2	0,2

Коэффициент повторных покупок (доля потребителей, совершающих повторные покупки, в среднем, 3 раза в год)	0,5	0,5	0,5
Стоимость размещения одного рекламного объявления, тыс. \$	35	25	30
Стоимость создания рекламного объявления, тыс. \$	35	25	30

Алгоритм решения задания 3.

Этап 1. Рассчитать количество покупателей, которые совершат повторные покупки по формуле (половина покупателей совершает покупку 1 раз в год, вторая половина совершает покупки, в среднем, 3 раза в год):

$P = \text{Объем продаж} / (\text{количество единичных покупок} + \text{количество повторных покупок})$

Например, $P = 4 / (1 + 3) = 1$ (млн. покупателей)

Вариант № (млн. покупателей)

Этап 2. Рассчитать количество потребителей, готовых попробовать товар по формуле:

$\text{Поп} = \text{Кол-во покупателей} / \text{коэф. повторных покупок}$

Например, $\text{Поп} = 1 \text{ млн.} / 0,5 = 2$ (млн. потребителей)

Вариант № (млн. потребителей)

Этап 3. Рассчитать количество потребителей, осведомленных о товаре по формуле:

$O = \text{Кол-во готовых попробовать} / \text{коэф. перехода освед. в готовность попробовать}$

Например, $O = 2 / 0,2 = 10$ млн. потребителей

Вариант № (млн. потребителей)

Этап 4. Рассчитать количество потребителей, увидевших объявление по формуле:

$V = \text{Кол-во освед.} / \text{коэф. перехода контакта в осведомленность}$

Например, $V = 10 / 0,5 = 20$ млн. потребителей

Вариант № (млн. потребителей)

Этап 5. Рассчитать необходимое количество объявлений, исходя из того, что будет замечено лишь одно из пяти объявлений, а для обеспечения коэффициента перехода контакта в осведомленность, равного 0,5, каждый потребитель должен увидеть рекламу 4 и более раз. Для аудитории в 20 млн. потребителей при этих условиях будет достаточно 20 объявлений. Для необходимого нам количества увидевших рекламу потребителей количество объявлений рассчитываем по формуле:

$\text{Об} = \text{Кол-во увидевших рекламу} / 20 \text{ млн.} * 20$

Например, $\text{Об} = 20 \text{ млн.} / 20 \text{ млн.} * 20 = 20$ (объявлений)

Вариант №

.....
(объявлений)

Этап 6. Рассчитать бюджет на рекламу в прессе по формуле:

$B = \text{Кол-во объявлений} * \text{Стоимость размещения} + \text{Стоимость создания}$

Например, $B = 20 * 30 + 30 = 630$ (тыс. \$)

Вариант №

..... (тыс.
\$)

Задание 8.

Рассчитать стоимость рекламы в печатном издании

- рекламное объявление размером в $\frac{1}{4}$ полосы в медицинской газете стоит 50 д.е., а в специализированном журнале – 25 д.е.;
- тираж газеты 5 млн. экз., тираж журнала 500 тыс. экз.
- статистические данные показывают, что данной рекламой в газете интересуются 250 тыс. человек и столько же в специализированном журнале;
- степень передачи информации увеличит число читателей газеты на 10%, а журнала на 20%.

Формулы для расчета:

Стоимость рекламы (С) на тысячу читателей (зрителей, слушателей)	=	Общие расходы на рекламу тираж издания или зрительская, слушательская аудитория, тыс. человек
Стоимость рекламы (С ₁) с учетом бесполезной аудитории	=	Общие расходы на рекламу целевая аудитория, тыс. человек
Целевая аудитория	=	Тираж – Бесполезная аудитория (общая аудитория)
Стоимость рекламы (С ₂) на тысячу читателей	=	Общие расходы на рекламу Тираж х Степень передачи информации
Целевая аудитория	=	Тираж х Степень передачи информации – Бесполезная аудитория

Задание 9.

Разработать элементы фирменного стиля для вновь открываемой частной аптеки.

7. Тестовые задания для самоконтроля (выделенным шрифтом отмечены правильные ответы).

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.
- 1,2,3

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.
- 4

3. Найдите правильный ответ.

Вопросы классифицируются по видам:

1. закрытые
 2. открытые
 3. ловушки
 4. качественные
 5. количественные
- 4,5

4. Найдите правильный ответ.

Вопросы классифицируются по типам:

1. закрытые
 2. открытые
 3. ловушки
 4. качественные
 5. буферные
 6. основные
- 3,5,6

5. Найдите правильный ответ.

Вопросы классифицируются по тех. формам:

1. закрытые
 2. открытые
 3. ловушки
 4. качественные
 5. буферные
 6. альтернативные
- 1,2,6

6. К этическим и научным критериям рекламирования лекарственных препаратов (ЛП) относятся все, кроме

- а) рекламы только разрешенных к продаже ЛП
- б) точности рекламного материала о ЛП
- в) рекламы ЛП, отпускаемых только по рецепту врача

- г) рекламы в средствах массовой информации только безрецептурных ЛП
- д) правдивости и надежности рекламного материала о ЛП
- 7. Основными этапами планирования рекламной кампании являются все, кроме**
 - а) определения объекта и субъектов рекламы
 - б) выбора вида и средств рекламы
 - в) формирования товарной политики**
 - г) составления рекламного сообщения
 - д) составления сметы расходов и определения эффективности рекламы
- 8. Проспекты и каталоги лекарственных средств относятся к следующему виду рекламы**
 - а) прямая
 - б) печатная**
 - в) экранная
 - г) информативная
 - д) напоминающая
- 9. Структура рекламного сообщения о лекарственном препарате должна включать информацию следующего характера, кроме**
 - а) формы выпуска
 - б) побочного действия
 - в) реакции на подлинность**
 - г) фармакологического действия
 - д) показания и способа применения
- 10. Для медицинских и фармацевтических работников разрешено рекламировать все лекарственные средства, кроме**
 - а) гомеопатических
 - б) разрешенных к применению МЗ РФ
 - в) запрещенных к применению МЗ РФ
 - г) отпускаемых без рецепта врача
 - д) отпускаемых по рецептам врачей**

Методические рекомендации по самостоятельной (внеаудиторной) работе по управлению и экономике фармации
Занятие №3.

I. Тема: «Маркировка лекарственных препаратов».

2.3.Значимость изучаемой темы.

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. 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

3.Содержание изучаемой темы по программе.

Основные понятия и цели маркировки лекарственных препаратов. Нормативно-правовая документация и положение по системе мониторинга движения лекарственных препаратов для медицинского применения. Порядок взаимодействия участников в информационной системе «Маркировка» на примере оптово-розничной фармацевтической организации.

4. Контрольные вопросы к семинарскому занятию:

дайте определение понятия «Маркировка»

укажите нормативно-правовую документацию по маркировке ЛП.

18.порядок подключения и работы в ИС «Маркировка»

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

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

<u>Ординатор должен знать;</u> 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»	1. Нормативно-правовая документация РФ по маркировке ЛП. 2. Лекционный материал.
<u>Ординатор должен уметь;</u> 1. определять порядок регистрации в ИС «Маркировка». 2. определять порядок работы в МДЛП «Маркировка». - подготовить сообщение по теме «Маркировка ЛП».	1. Нормативно-правовая документация РФ по маркировке ЛП. 2. Лекционный материал. 3. Методические рекомендации к занятию №3. 3. Научно-практический журнал «Новая аптека». http://roszdravnadzor.ru https://честныйзнак.пф http://harupharma.ru/ http://webapteka.ru/ http://www.pharmvestnik.ru

6.Задания (выполнить письменно, в рабочих тетрадях) для подготовки к занятию:

Задание 1.

Определить этапы маркировки ЛП В РФ.

Задание 2.

Приведите нормативно-правовую документацию по маркировке ЛП.

Задание 3.

Приведите схему регистрации в ИС «Маркировка».

Задание 4.

Приведите схему работы с регистратором выбытия.

Задание 5.

Какое оборудование и программное обеспечение вы будете использовать в аптеке реализации ГЛФ.

7. Тестовые задания для самоконтроля (выделенным шрифтом отмечены правильные ответы).

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) б) 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;
- e) 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

- a) первичная упаковка
- b) вторичная упаковка
- c) третичная упаковка
- d) фасовочная упаковка**

Методические рекомендации по самостоятельной (внеаудиторной) работе по управлению и экономике фармации

Занятие №4.

I. Тема: Модульное занятие.

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

3. Форма контроля:

- 1. Тест

2. Вопросы по билету.
3. Ситуационные задания.

4. 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: рекламоатель, 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.

5. Литература для подготовки к занятию:

1. Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004.
2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-

Медиа, 2017.

«Консультант Ординатора» [http://www.studmedlib.ru/
book/ISBN9785970442265.html](http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html)

3. Лекционный материал

Методические рекомендации по самостоятельной (внеаудиторной) работе по управлению и экономике фармации.

Занятие №5.

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

2.Значимость изучаемой темы.

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. 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.

3.Содержание изучаемой темы по программе.

Основы научного менеджмента. Особенности управления в условиях формирования рынка ЛС. Введение в менеджмент. Взаимосвязь основных понятий, категорий науки управления. Инструменты управления. Методология изучения менеджмента: основные подходы. Вклад в современную науку менеджмента основных школ и теорий управления. Фармацевтический менеджмент: цель, роль, функции и методы.

4. Контрольные вопросы 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.
- 5. Цель 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.

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

функции и методы.	
<u>Ординатор должен уметь:</u> 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. - подготовить сообщение по теме «Методология управления. Модели и методы в фармацевтическом менеджменте».	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2. Методические рекомендации к занятию №5. 3. Научно-практический журнал «Новая аптека». http://harupharma.ru/ http://webapteka.ru/ http://www.recipe.ru http://www.pharmvestnik.ru

6. Задания (выполнить письменно, в рабочих тетрадях) для подготовки к занятию:

Задание 1.

Дайте определение менеджмента как:

1. Процесс -
2. Наука -
3. Искусство -
4. Здравый смысл -

Задание 2.

Назовите основные концепции и принципы научных школ менеджмента. На основании теоретических взглядов, каких известных представителей были основаны эти школы.

Задание 3.

Дайте характеристику общих подходов управления:

Процессный -

Системный -

Ситуационный -

Задание 4.

Дайте характеристику системы методов управления:

Организационные -

Административные-

Экономические -

Социально-психологические -

Задание 5.

Перечислите правила построения модели при графическом моделировании.

Сформулируйте цели и постройте древо целей для принятия решения заведующим аптекой готовых лекарственных форм для оптимального выбора поставщиков аптеки в осеннее - зимний период.

7. Тестовые задания для самоконтроля (выделенным шрифтом отмечены правильные ответы).

1. Управление это:

1. Процесс, в который входят действия и операции по определению целей, выбору способов, средств и воздействий для достижения целей;
 2. Процесс планирования, организации, мотивации, контроля и координации, необходимый для формулирования и достижения целей организации
 3. Реализация функций, которые должен выполнять каждый руководитель
 4. Распределение работы между членами организации
 5. Контроль, за выполнением работы членами организации
 6. Особый вид деятельности, превышающий неорганизованную толпу в эффективную целенаправленную и производительную группу
- 1,2,3,6

2. Экономическим методам управления соответствуют следующие виды управления:

1. Приказ, распоряжение
 2. Законы
 3. Ценообразование
 4. Рекомендации
 5. Налогообложение
 6. Убеждение
 7. Кредитование
 8. Внушение
- 3,5,7

3. Общие функции управления предполагают виды деятельности:

1. заключение договоров поставки лекарственных средств
2. планирование целей организации
3. организацию выполнения работ для достижения целей
4. мотивацию

5. контроль и координацию
 6. анализ финансовых показателей деятельности аптеки
 7. организацию работы по формированию имиджа аптеки
 8. проведение маркетингового анализа факторов, влияющих на объем продаж
- 2,3,4,5

4. В содержание понятия «менеджмент» не входит:

1. процесс
 2. искусство
 3. закон
 4. наука
 5. практика
- 3

5. К основным подходам к управлению организацией не относится:

1. системный
 2. процессный
 3. ситуационный
 4. экологический
 5. традиционный
- 4

6. В фармацевтическом менеджменте не используются модели:

1. информационные
 2. графические
 3. экономико-математические
 4. материальные
 5. вербальные
- 5

Методические рекомендации по самостоятельной (внеаудиторной) работе по управлению и экономике фармации

Занятие №6.

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

2.Значимость изучаемой темы.

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. 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. Овладев современными моделями мотивации, руководитель сможет значительно расширить свои возможности в привлечении образованного работника к выполнению задач, направленных на достижение целей организации.

3.Содержание изучаемой темы по программе.

Организационное проектирование в фармации: типы организационной структуры управления, эффективное распределение полномочий.

Типы организаций и структуры управления в фармации. Организационное проектирование. Основные условия официальных взаимоотношений. Общий и функциональный менеджмент. Управление финансами, персоналом, информацией. Требования к организации, официальные и неофициальные отношения. Общие характеристики организации: ресурсы, зависимость от внешней среды, горизонтальное и вертикальное разделение труда.

Анализ внешней среды организации: экономические, политические, рыночные, технологические, конкурентные, социальные, международные факторы. Подразделения сложных организаций (аптека, аптечный склад, химико-фармацевтический завод). Учет внешних факторов предпринимательской деятельности: экологическое влияние, внешнее экономическое воздействие, политико-правовые воздействия, социально-культурные и демографические воздействия.

Основы кадрового менеджмента фармацевтических организаций. Основные функции кадрового менеджмента, документальное оформление трудовых правоотношений. Мотивация труда аптечных работников. Управление дисциплинарными отношениями. Аттестация и сертификация фармацевтических специалистов. Стабилизация условий и охраны труда Техника безопасности; виды инструктажа аптечных работников, порядок проведения и регистрации.

4. Контрольные вопросы 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 «трудоустройство».
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.

5. Цель 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.

<u>Ординатор должен знать;</u> 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. 5. характеристики трудового аптечного коллектива.	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2. Лекционный материал.
<u>Ординатор должен уметь;</u> 1. определять типы структуры управления и организационной структуры различных фармацевтических	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004.

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. - подготовить сообщение по теме «Проектирование организационных структур и анализ структур управления в фармации. Координация деятельности на основе делегирования полномочий».	2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2.Методические рекомендации к занятию №6. 3.Научно-практический журнал «Новая аптека». http://harupharma.ru/ http://webapteka.ru/ http://www.recipe.ru http://www.pharmvestnik.ru
---	---

7. Задания (выполнить письменно, в рабочих тетрадях) для подготовки к занятию:

Задание 1.

Продолжите предложение:

Организация как процесс-

Организация как предприятие -

Задание 2.

Дайте краткую характеристику законам организации.

Определите степень их влияния на различных стадиях жизненного цикла организации.

Задание 3.

Охарактеризуйте типы структур организации: линейная, линейно-штабная, функциональная, линейно-функциональная, матричная. Приведите примеры организаций соответствующих каждому типу структуры.

Задание 4.

Изобразите графически структуру оптовой фармацевтической организации:

1. по функциональному признаку
2. по товарному признаку
3. по сегментам потребителей.

Задание 5.

Дайте краткую характеристику видов и подвидов полномочий в соответствии с классификационным признаком:

1. по способу реализации.
2. по функциональной направленности.

Задание 6.

Проанализируйте схему «Эффект делегирования полномочий» в учебнике и ответьте на вопрос от каких факторов зависит эффект делегирования и степень удовлетворенности.

Задание 7.

Дайте характеристику каждому разделу функционально должностной инструкции.

Задание 8.

Составить должностную инструкцию провизора технолога рецептурно-производственного раздела, провизора –аналитика, заведующего аптекой.

Задание 9.

Написать заявление о приеме на работу и оформить приказ о приеме на работу с максимально допустимым испытательным сроком с 1 сентября текущего года и сделать запись в трудовой книжке, используя ниже перечисленные данные:

1. Самойлова Елена Николаевна (на должность провизора-технолога)
2. Батагова Ирина Васильевна (на должность заместителя заведующего аптекой).

Трудовая книжка

Сведения о работе

№	Дата	Сведения о приеме на работу,	Наименование, дата и
---	------	------------------------------	----------------------

записи	Число	месяц	год	перевод на другую постоянную работу, квалификации, увольнении (с указанием причин и ссылкой на статью, пункт закона)	номер документа, на основании которого внесена запись

Задание 10.

Составить резюме на себя.

7. Тестовые задания для самоконтроля (выделенным шрифтом отмечены правильные ответы).

Раздел 1.

1. Согласно теории менеджмента, организация - это

1. группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей
 2. система сознательно координируемых действий двух или более человек
- 1,2

2. Некая группа должна соответствовать нескольким обязательным требованиям, чтобы считаться организацией:

1. наличие, по крайней мере, двух людей, которые считают частью этой группы
 2. наличие, по крайней мере, одной цели (т. е. Желаемого конечного состояния или результата), которую принимают как общую все члены данной группы
 3. наличие членов группы, которые намеренно работают вместе, чтобы достичь значимой для всех цели
 4. наличие финансовых средств, для обеспечения деятельности группы
- 1,2,3

3. Организации бывают:

1. Простые
 2. Сложные
 3. Формальные
 4. Неформальные
- 1,2,3,4

4. К общим характеристикам организаций относят:

1. ресурсы
 2. зависимость от внешней среды
 3. горизонтальное и вертикальное разделение труда
 4. необходимость управления
- 1,2,3,4

5. Основные ресурсы, используемые организацией, это:

1. люди (человеческие ресурсы)
2. капитал

- 3. формальные и неформальные связи
- 4. материалы
- 5. технология
- 6. информация
- 1,2,4,5,6

6. Логическое взаимоотношение уровней управления в организации называется:

- 1. организационной структурой
- 2. нормой управляемости
- 3. функцией управления
- 1

7. Делегирование полномочий базируется на следующих принципах:

- 1. единоначалия
- 2. соответствия
- 3. ограничения нормы управляемости
- 4. системности
- 1,2,3

8. Делегирование, как термин, управления, означает процедуру передачу другому лицу:

- 1. задач
- 2. полномочий
- 3. ответственности
- 2

Раздел 2.

1. Укажите правильные ответы!

Мероприятия по организации труда отражаются в документах:

- 1. Личная карточка по учету кадров.
- 2. Должностная инструкция.
- 3. Правила внутреннего трудового распорядка.
- 4. Приказ о назначении на должность.
- 5. Договор о материальной ответственности.
- 2,3,5

2. Укажите ошибки!

Мероприятия по учету кадров отражаются в документах:

- 1. Инструкция о порядке ведения трудовых книжек
- 2. Личное дело.
- 3. Трудовая книжка.
- 4. Договор о материальной ответственности.
- 5. Должностная инструкция.
- 4,5

3. Укажите правильные ответы!

При приеме на работу заключают договора по следующим видам материальной ответственности:

- 1. Коллективная (бригадная).
- 2. Личная (с зав. аптекой).
- 3. Индивидуальная.
- 4. Личная по отделам.
- 5. Коллективная с вспомогательным персоналом.
- 1,3.

4. Укажите правильные ответы!

При приеме на работу предъявляются документы:

- 1. Диплом о высшем образовании.

2. Характеристика.
3. Военный билет.
4. Свидетельство о браке.
5. Заявление о приеме на работу.

Ответ: 1,5

5. Укажите ошибку!

При приеме на работу оформляются документы:

1. Приказ о приеме на работу.
2. Договор о материальной ответственности.
3. Аттестационный лист.
4. Личная карточка.
5. Трудовая книжка.

3

6. Укажите ошибку!

Приказ о приеме на работу содержит сведения:

1. Ф.И.О., дата приема, оклад.
2. Вид материальной ответственности.
3. Основная должность или совместительство.
4. Прохождение инструктажа по технике безопасности.
5. Результаты медицинского осмотра.

2

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

1. права
2. семейное положение
3. занимаемая должность
4. обязанности
5. срок действия

2

8. Сертификат специалиста необходимо подтверждать каждые

1. 2 года
2. 3 года
3. 4 года
4. 5 лет
5. ежегодно

4

9. Для обучения и повышения квалификации специалистов в аптеке используется все, кроме

1. общее усовершенствование
2. тематическое усовершенствование
3. ротация и дублирование
4. аттестация
5. инструктаж

3

Методические рекомендации по самостоятельной (внеаудиторной) работе по управлению и экономике фармации.

Занятие №7.

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

2.Значимость изучаемой темы.

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.

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. Руководителем можно назвать человека только тогда, когда он принимает управленческие решения и реализует их через других людей. Принятие решений — составная часть любой управленческой работы. Поэтому понимание природы принятия решений чрезвычайно важно для всякого, кто хочет преуспеть в искусстве управления.

3.Содержание изучаемой темы по программе.

Коммуникации в управлении фармацевтическими организациями. Сущность, формы, принципы делового общения. Психология и технология управленческих коммуникаций. Основные виды управленческих коммуникаций: беседа, совещание, собрание, конференция, телефонный разговор и др. Коммуникационные сети и стили в аптечных коллективах.

Проблемы в деятельности фармацевтической организации: причины возникновения, методология их решения. Управленческие решения: характеристика, классификация, значение, возможные последствия. Технология разработки и реализации решений в фармацевтической практике. Контроль исполнения.

4. Контрольные вопросы 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.

5. Цель 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.

<u>Ординатор должен знать:</u> 1. структуру коммуникационного	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник
--	--

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.	ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2. Лекционный материал.
<u>Ординатор должен уметь:</u> 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 - подготовить сообщение по теме « Моделирование межличностных коммуникаций. Методы принятия управленческих решений в фармации».	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2.Методические рекомендации к занятию №7. 3.Научно-практический журнал «Новая аптека». http://harupharma.ru/ http://webapteka.ru/ http://www.recipe.ru http://www.pharmvestnik.ru

6. Задания (выполнить письменно, в рабочих тетрадях) для подготовки к занятию:

Задание 1.

Дайте определение управленческой коммуникации.

Дайте характеристику основных областей управленческих коммуникаций.

Задание 2.

Составьте модель коммуникационного процесса (устной или письменной коммуникации по выбору). Дайте краткую характеристику каждого этапа.

Задание 3.

Дайте краткую характеристику основных коммуникационных стилей:

1. стиль «открытие себя» -
2. стиль «реализация себя» -
3. стиль «замыкание в себе» -
4. стиль «защита себя» -
5. стиль «торговаться за себя» -

Задание 4.

Составьте план проведения деловой беседы руководителя аптеки с представителем фирмы – поставщиком по заключению договора на поставку товара.

Задание 5.

Смоделируйте проведение совещания в аптечной организации: составьте повестку дня совещания по теме: «Повышение конкурентоспособности аптеки» или «Увеличение товарооборота аптеки на планируемый период» - определите круг участников совещания, ряд предполагаемых вопросов по данной теме, которые надо обсудить и сделайте выводы.

Задание 6.

Дайте определение:

1. Управленческое решение -
2. Проблема -

Задание 7.

Назовите основные причины возникновения проблемных ситуаций.

Задание 8.

Дайте характеристику общих подходов управления:

- Процессный -
- Системный -
- Ситуационный -

Задание 9.

Дайте характеристику системы методов управления:

- Организационные -
- Административные -
- Экономические -
- Социально-психологические -

7. Тестовые задания для самоконтроля (выделенным шрифтом отмечены правильные ответы).

Раздел 1.

Укажите правильный ответ:

1.1. Коммуникация, это:

1. Процесс обмена информацией между членами организации

2. Передача информации от источника к потребителю

1

1.2. 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. Несоответствие информации практике работы подразделения

6. Некорректная фильтрация информации (отсечение негативной и акцентирование позитивной информации)

7. Искажение восприятия информации вследствие информационной перегрузки

8. Искажение и затухание информации вследствие неправильной структуры организации

1.3. Передача полномочий от руководителя подчиненному называется:

1. Координацией

2. Коммуникацией

3. Делегированием

1.4. Процесс обмена информацией между членами организации называется:

1. Координацией

2. Коммуникацией

3. Делегированием

1.5. Основными видами управления процессом межличностных коммуникаций являются:

1. Беседа

2. Совещание

3. Собрание

4. Невербальные коммуникации

Правильные ответы: 1.1 - 1, 1.2. – (1,2,3,4,5,6,7,8), 1.3. - 3, 1.4. - 2, 1.5. - (1, 2, 3)

Раздел 2.

1. 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

2. 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

3. 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

4. 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

5. 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

6. 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

Ответы: 1-2, 2-3, 3-1, 4-2, 5-3, 6-1

Методические рекомендации по самостоятельной (внеаудиторной) работе по управлению и экономике фармации.

Занятие №8.

I. Тема: «Организация делопроизводства в аптеке».

2.Значимость изучаемой темы.

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. 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.

3.Содержание изучаемой темы по программе.

Основы делопроизводства в аптечных организациях. Правила и требования к составлению основных документов. Организация документооборота. Систематизация документов в аптеке. Экспертиза ценности, хранение, уничтожение документов в аптечных организациях. Значение делопроизводства для осуществления процесса управления. Классификация документов. Функции документов. Унификация документов. Оформление реквизитов документов. Организация работы с документами: номенклатура дел, обработка документов, формирование дел, хранение документов.

4. Контрольные вопросы 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.

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

<u>Ординатор должен знать;</u> 1. основы фармацевтического менеджмента. 2. основные требования к составлению, оформлению, регистрации и хранению документов. 3. правила организации документооборота в аптеке.	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2. Лекционный материал.
<u>Ординатор должен уметь;</u> 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.	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2.Методические рекомендации к занятию №8. 3.Научно-практический журнал

- подготовить сообщение по теме «Организация делопроизводства в аптеке».	«Новая аптека». http://harupharma.ru/ http://webapteka.ru/ http://www.recipe.ru http://www.pharmvestnik.ru
---	---

6. Задания (выполнить письменно, в рабочих тетрадях) для подготовки к занятию:

Задание 1.

Документ – это.....

Делопроизводство – это.....

Приказ- это.....

Протокол- это.....

Письмо – это

Задание 2.

Какие документы являются организационными.

Какие документы являются распорядительными. Охарактеризуйте их, и порядок их создания.

Какие документы являются информационными.

Задание 3.

Написать приказы по основной деятельности аптеки:

Приказ на назначение зав. аптекой;

Приказ на уполномоченного по качеству;

Приказ о приемной комиссии;

Задание 4.

Написать заявление о приеме на работу на должность провизора технолога рецептурно-производственного отдела аптеки ООО «Фарма» на 0,5 ставки с 01.11.2011г.

Задание 4.Перечислите и охарактеризуйте основные потоки документации.

Задание 5.

Приведите схему документооборота входящих и исходящих документов.

7. Тестовые задания для самоконтроля (выделенным шрифтом отмечены правильные ответы).

1. Укажите правильные ответы!

Документы. Входящие в систему организационно-распорядительной документации:

1. Распорядительные

2. Организационные
 3. Справочно-информационные
 4. Бухгалтерские
- 1,2,3

2. Укажите правильный ответ!

Лист бумаги с воспроизведенными на нем реквизитами, содержащими постоянную информацию называется:

1. Документом
 2. Формуляром-образцом
 3. Бланком
- 3

3. Укажите правильный ответ!

Реквизит «Название вида документа» должен быть указан на:

1. Каждом документе
 2. Каждом документе, за исключением писем
 3. Каждом документе, за исключением телеграмм
- 2

4. Укажите правильный ответ!

Гриф согласования располагается:

1. В верхнем углу первого листа документа, справа
 2. В верхнем углу первого листа документа, слева
 3. На последнем листе документа ниже подписи
- 3

5. Укажите правильный ответ!

Документ-ответ, подготовленный аптекой, регистрируется в:

1. Журнале регистрации входящих документов
 2. Журнале регистрации исходящих и внутренних документов
- 1

6. Укажите правильный ответ!

В номенклатуру дел должны быть включены:

1. Все дела и документы аптеки
 2. Все дела и документы, за исключением дел общественных организаций
 3. Все дела и документы, за исключением печатных изданий, брошюр, справочников, информационных листов
- 3

7. Укажите правильный ответ!

Номенклатура дел подлежит переоформлению и переутверждению:

1. Ежегодно
 2. Через 10 лет
 3. В случае изменения функций и структуры аптечного учреждения
- 3

8. Укажите правильный ответ!

Срок исполнения документа исчисляется с момента:

1. Получения его исполнителем
 2. Поступления его в аптечное учреждение
 3. Постановки его на контроль
- 2

9. Укажите правильные ответы!

В дела группируются документы за:

1. Один год
2. Два года
3. Без ограничений

10. Укажите правильные ответы!

Документооборот включает:

1. Аннотирование
2. Регистрацию
3. Контроль за исполнением
4. Формирование дел
5. Организацию хранения

2,3,4,5

11. Укажите правильные ответы!

К организационным относятся следующие документы:

1. Устав
2. Приказ
3. Положение
4. Инструкция
5. Распоряжение

1,3,4

Методические рекомендации по самостоятельной (внеаудиторной) работе по управлению и экономике фармации.**Занятие №9.**

1. Тема: Модульное занятие.

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

3. Форма контроля:

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

4. 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 «трудоустройство».
 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.

5. Литература для подготовки к занятию:

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

Методические рекомендации по самостоятельной (внеаудиторной) работе по управлению и экономике фармации.

Занятие №10.

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

2. Значимость изучаемой темы.

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.

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.

3.Содержание изучаемой темы по программе.

Стили управления: одномерные, многомерные. Факторы, влияющие на поведение руководителей аптек. Коллективный труд и управление аптечным коллективом. Социально-психологические процессы в аптечных трудовых коллективах. Социальная ответственность и этика фармацевтического работника. Система социальных норм, регулирующих поведение фармацевтических работников.

4. Контрольные вопросы 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.

5. Цель 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.

<u>Ординатор должен знать;</u> 1. основы фармацевтического менеджмента. 2. методы изучения социально-психологического климата	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под
---	--

коллектива. 3. классификацию стилей руководства по различным признакам.	ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2. Лекционный материал.
<u>Ординатор должен уметь:</u> 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 - подготовить сообщение по теме «Оценка социально-психологического климата коллектива. Методы, приемы и стили управления трудовым коллективом аптеки».	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2.Методические рекомендации к занятию №10. 3.Научно-практический журнал «Новая аптека». http://harupharma.ru/ http://webapteka.ru/ http://www.recipe.ru http://www.pharmvestnik.ru

6. Задания (выполнить письменно, в рабочих тетрадях) для подготовки к занятию:

Задание 1.

Приведите сравнительную характеристику стилей руководства с позиции личных качеств руководителя.

Задание 2.

Определите свой стиль руководства.

Прочтите приведенные ниже пары утверждений и оцените их справедливость для вас лично. Чем ближе вам одно из утверждений каждой пары, тем более высокую оценку вы должны ему выставить, при этом сумма оценок по каждой паре должна быть равна 10. (например Д- утверждение - 7 баллов, В - утверждение - 3).

<i>Д - утверждения</i>	<i>В – утверждения</i>
1. Работая с людьми, я трачу основное время на то, что говорю сам Баллы	Работая с людьми, я трачу основное время на то, что выслушиваю их Баллы
2. Я достигаю успехов за счет затрат главным образом собственной энергии Баллы	Я достигаю успехов за счет использования в нужном направлении энергии других Баллы
3. Я защищаю себя от нападков или критики тем, что даю отпор немедленно и решительно. Я использую свою энергию на то, чтобы идти к цели напрямик Баллы	Я защищаю себя от нападков или критики путем отвлечения или рассеивания энергии моих оппонентов, позволяя им тратить свою энергию на критику до тех пор, пока они не устанут Баллы
4. Я всегда стараюсь добиться того, чтобы люди поняли мою точку зрения Баллы	Я всегда стараюсь добиться того, чтобы полностью понять точку зрения других Баллы
Всего Д-баллов	Всего В-баллов

В основу данного теста положен тезис о том, каждый руководитель располагает двумя видами психических ресурсов. Д - ресурсы (от слова "действовать") тратятся на то, чтобы воздействовать на окружающих, навязывая им свои желания, свое видение проблемы, свое стремление к быстрейшему их разрешению - это характерно в большей мере для авторитарных устремлений. В - ресурсы (от слова "воспринимать") служат для того, чтобы уяснить чувства, желания и стремление подчиненных и других людей, с которыми приходится сталкиваться по делам службы - это характерно для более либерального управления.

Для оценки умножьте ваши Д и В баллы на 3 и сравните их со средними оценками:

средние

Д баллы $Д * 3 =$

В баллы $В * 3 =$

Если ваши оценки соответствуют средним, то ваш стиль можно считать демократическим.

Если ваши Д - оценки выше средних, это свидетельствует о вашей склонности к более жесткому (авторитарному) стилю управления.

Если ваши В - оценки выше средних, это свидетельствует о вашей

повышенной податливости к воздействию извне (более либеральный стиль)
Сделайте вывод _____

Задание № 3.

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 хорошие 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.

7. Тестовые задания для самоконтроля (выделенным шрифтом отмечены правильные ответы).

1. Укажите правильные ответы!

К организационно-методической работе заведующего аптекой относятся виды деятельности:

1. Оформление трудовых книжек
2. Составление графика работы

3. Охрана труда и техника безопасности
4. Составление должностных инструкций
5. Оформление материальной ответственности

2. Укажите правильные ответы!

К административной работе заведующего аптекой относятся виды деятельности:

1. Подготовка и издание приказов
2. Работа с письмами и жалобами населения
3. Составление правил внутреннего распорядка
4. Оформление и ведение личных дел сотрудников
5. Оформление документов сотрудников для аттестации

3. Укажите правильные ответы!

Существуют следующие подходы к определению стилей руководства:

1. С позиции личных качеств
2. Поведенческий подход
3. Ситуационный подход
4. Системный подход
5. Ориентированный на работу – ориентированный на человека
6. Стиль руководства как область человеческих отношений

4. Укажите правильные ответы!

С позиции поведенческого подхода различают следующие стили руководства:

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

5. 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. Повышение эффективности труда

6. 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. Повышение эффективности труда

7. 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

Правильные ответы: 1. – (2, 3, 4, 5), 2. – (1, 2, 4, 5), 3. - (1,2,3,5,6),
4. – (1,3,4), 5. –(1,2), 6. – (3,4,6,7), 7. – (5)

Методические рекомендации по самостоятельной (внеаудиторной) работе по управлению и экономике фармации.

Занятие №11

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

2.Значимость изучаемой темы.

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. 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.

3.Содержание изучаемой темы по программе.

Социально-психологические процессы в аптечных трудовых коллективах. Конфликты в процессе управления: классификация, эскалация. Методы управления конфликтными ситуациями. Законы РФ и постановления правительства РФ о правах потребителей и их защите. Государственное регулирование в области фармации. Система государственной регистрации и сертификации ЛС; основные формы государственного регулирования обращения, способы обеспечения контроля качества, эффективности и безопасности ЛС.

4. Контрольные вопросы 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

5. Цель занятия: Овладеть методами управления конфликтными ситуациями.

<u>Ординатор должен знать:</u> 1. модели управления конфликтными ситуациями. 2. нормативные правовые документы о правах потребителей и их защите. 2. нормативные правовые документы по правилам обращения ЛС и других фармацевтических товаров	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2. Лекционный материал.
<u>Ординатор должен уметь:</u> 1. разрешать конфликтные ситуации наиболее рациональными приемами. 2. обосновать выбор метода	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика

разрешения межличностного конфликта 3. владеть принципами общения провизоров и фармацевтов с коллегами, медицинскими специалистами, потребителями ЛС. - подготовить сообщение по теме «Методы управления конфликтами в аптеке. Система защиты прав потребителей».	фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2.Методические рекомендации к занятию №11. 3.Научно-практический журнал «Новая аптека». http://harupharma.ru/ http://webapteka.ru/ http://www.recipe.ru http://www.pharmvestnik.ru
--	--

6. Задания (выполнить письменно, в рабочих тетрадях) для подготовки к занятию:

Задание 1.

Какая информация должна быть в аптеке для потребителей.

Задание 2.

Как должен поступить провизор согласно нормативным документам, в случае реализации недоброкачественного товара покупателю, если тот обратился с претензией в аптеку.

Задание 3.

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.

Дротаверина гидрохлорид таб. №20 Россия 19-50
--

--

Задание 4.

Охарактеризуйте стадии формирования трудового коллектива:

1. —
2. —
3. —

Задание 5.

Приведите классификацию видов конфликтов в зависимости от классификационного признака.

Задание 6.

Дайте характеристику стилей разрешения межличностных конфликтов. Приведите примеры разрешения конфликтной ситуации в зависимости от стиля разрешения.

Задание 7.

ТЕСТ "ВАШ СТИЛЬ ОБЩЕНИЯ"

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".

7. Тестовые задания для самоконтроля (выделенным шрифтом отмечены правильные ответы).

1. Укажите правильные ответы!

Причины вступления людей в неформальные организации:

1. Потребность принадлежности (чувство стадности)
2. Потребность в помощи
3. Потребность в защите
4. Потребность в общении
5. Потребность в симпатии
6. Желание отличиться

2. 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

3. 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 привлекать 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

4. Укажите правильные ответы!

Существуют следующие основные типы конфликтов в организации:

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

5. Укажите правильные ответы!

Основными источниками конфликтов в организации могут быть:

1. Недостатки в организации и управлении
2. Психологическая несовместимость

6. Укажите правильные ответы!

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

7. Укажите правильные ответы!

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

8. Укажите правильные ответы!

Наилучшими способами разрешения конфликтов являются:

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

Правильные ответы: 1. – (1,2,3,4,5), 2. – (1,2), 3. – (1,2,4,5,6,7), 4 – (1,2,3,4), 5.- (1,2) , 6. –(1,2,3,4,5,6,7,8,9) , 7. –(1,2,3,4,5) , 8. – (5,6)

Методические рекомендации по самостоятельной (внеаудиторной) работе по управлению и экономике фармации.

Занятие №12.

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

2. Значимость изучаемой темы.

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. 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.

3.Содержание изучаемой темы по программе.

Лицензирование фармацевтической деятельности: порядок проведения, документальное оформление. Основные принципы и правовые основы лицензирования. Случаи проведения лицензирования аптечных учреждений.

Порядок проведения лицензирования фармацевтической деятельности аптечного учреждения на территориальном уровне. Лицензирование фармацевтической деятельности в сфере оптовой торговли. Лицензирование фармацевтической деятельности в сфере производства лекарственных средств. Подведение итогов лицензирования.

4. Контрольные вопросы 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.

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

<u>Ординатор должен знать:</u> 1. основные положения законодательных актов, правительственных постановлений, приказов в области лицензирования и осуществления фармацевтической деятельности.	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/
--	--

2. основные организационно-правовые формы хозяйствования предприятий. 3. правила и порядок лицензирования фармацевтической деятельности. 4. лицензионные требования и условия.	book/ISBN9785970442265.html 2. Лекционный материал.
<u>Ординатор должен уметь:</u> 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. - подготовить сообщение по теме «Подготовка учредительных документов аптеки и документов для аккредитации и лицензирования фармацевтической деятельности».	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2.Методические рекомендации к занятию №12. 3.Научно-практический журнал «Новая аптека». http://harupharma.ru/ http://webapteka.ru/ http://www.recipe.ru http://www.pharmvestnik.ru

6. Задания (выполнить письменно, в рабочих тетрадях) для подготовки к занятию:

Задание 1.

Дайте определение организационно-правовой форме собственности:

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.....

Задание 2.

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 специалист; документов, подтверждающих повышение квалификации в течение последних 5 лет. Что это за документы? Какое дополнительное требование предъявляется к руководителю аптеки?

Задание 3.

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?

Задание 4.

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?

Задание 5.

Для получения лицензии руководитель аптеки представил в лицензирующий орган оригиналы требуемых документов. В праве ли он потребовать от лицензирующего органа расписку или иной документ, подтверждающий, какие документы и их количество были приняты для рассмотрения?

Задание 6.

Какова главная цель экспертной проверки при первичном лицензировании?.....

Как часто проводятся плановые проверки для контроля соблюдения лицензиатом лицензируемых требований?.....

В какой срок лицензирующий орган принимает решение о предоставлении или отказе в предоставлении лицензии?.....

Задание 7.

Укажите этапы проведения фарм. обследования и дайте их характеристику:

1.....

- 2.....
- 3.....

7. Тестовые задания для самоконтроля (выделенным шрифтом отмечены правильные ответы).

Укажите правильный ответ:

1. Органы, выдающие лицензию на розничную реализацию ЛС на территории РФ:

1. Министерство внутренних дел.
2. Постоянный комитет по контролю наркотиков.
3. Министерство здравоохранения РФ.
4. Фармимекс.

3

2. Под лицензированием фармацевтической деятельности аптекных организаций понимается

1. определение соответствия условий и места их деятельности установленным требованиям по оказанию лекарственной помощи и услуг
2. мероприятия, связанные с предоставлением лицензий, переоформлением документов, подтверждающих наличие лицензий, приостановлением и возобновлением действия лицензий, аннулированием лицензий и контролем лицензирующих органов за соблюдением лицензиатами при осуществлении лицензируемых видов деятельности соответствующих лицензионных требований и условий
3. изучение документов, оплата государственной пошлины за регистрацию и внесение платы за ее оформление
4. правила, представляющие собой ограничения, которые люди принимают для взаимодействия между собой, определяя совокупность альтернативных возможностей экономики
5. совокупность неформальных норм нравственного поведения фармацевтических работников при выполнении ими своих обязанностей

2

3. Процедура лицензирования аптечной организации предусматривает все ниже перечисленное, кроме

1. изучения представленных документов
2. проведения фармацевтического обследования
3. оформления экспертного заключения
4. выдачи лицензии
5. инвентаризации товарно-материальных ценностей

5

4. Лицензия аптечной организации может быть выдана максимально на

1. 1 год
2. 3 года
3. 5 лет
4. 10 лет
5. неограниченный срок

5

5. Прохождение лицензирования аптечной организацией подтверждается

1. паспортом
2. лицензией

3. свидетельством
 4. уставом предприятия
 5. актом обследования аптеки
- 2

6. Комиссии по лицензированию фармацевтической деятельности аптек предприятий, осуществляющих розничную торговлю ЛС, создаются на уровне

1. федеральном
 2. региональном
 3. субъекта Федерации
 4. местной администрации
 5. органов здравоохранения
- 3

7. Лицензия аптечной организации, выданная комиссией по лицензированию фармацевтической деятельности, действительна на территории

1. России
 2. без ограничений
 3. субъекта Федерации
 4. месторасположения аптеки
 5. района обслуживания аптеки
- 4

8. Виды деятельности, разрешенные аптечной организации, указаны в

1. уставе
 2. паспорте
 3. лицензии
 4. сертификате
 5. акте обследования
- 3

Методические рекомендации по самостоятельной (внеаудиторной) работе по управлению и экономике фармации.

Занятие №13.

I. Тема: «Разработка бизнес-плана аптеки».

2.3. Значимость изучаемой темы.

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.

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.

3.Содержание изучаемой темы по программе.

Фармацевтический бизнес. Порядок создания нового аптечного предприятия. Порядок регистрации аптечных учреждений и предприятий. Бизнес-план: структура, порядок разработки. Основные варианты предпринимательской деятельности. Коммерческая деятельность. Предпринимательские риски. Понятие и содержание бизнес-плана. Этапы разработки бизнес-плана.

4. Контрольные вопросы к семинарскому занятию:

1. Понятие и содержание бизнес-плана.
2. Этапы разработки бизнес-плана.
3. Маркетинговая часть бизнес-плана.
4. Разработка экономического раздела бизнес-плана: объем продаж, дохода, расхода, прибыли.
5. Планирование и финансирование оборотных средств.
6. Стратегия финансирования аптечного предприятия.
7. Планирование расходов аптеки.
8. Планирование прибыли и уровня рентабельности.
- 1.Определение целей предприятия в бизнес-плане.
2. Исследование и анализ сбыта.
3. План маркетинга.
4. Изучение издержек обращения и безубыточности.
5. Конкуренция и другие внешние факторы.
6. Управление в организации: кадровая политика, наем работников, заработная плата.
7. Финансовый план.

5. Цель занятия: научиться выявлять и анализировать факторы, влияющие на успешный фармацевтический бизнес; освоить основные методики разработки экономических показателей бизнес-плана.

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

деятельности аптеки. 4. основы предпринимательской деятельности в фармацевтическом секторе экономики. 5. основы фармацевтического маркетинга.	
<u>Ординатор должен уметь;</u> 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. - подготовить сообщение по теме «Разработка бизнес-плана аптеки».	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2.Методические рекомендации к занятию №13. 3.Научно-практический журнал «Новая аптека». http://harupharma.ru/ http://webapteka.ru/ http://www.recipe.ru http://www.pharmvestnik.ru

6. Задания (выполнить письменно, в рабочих тетрадях) для подготовки к занятию:

Задание 1.

Дайте определение бизнес- плану. С какой целью разрабатывается бизнес план для вновь открываемых аптек и для уже существующих.

Задание 2.

Дайте краткую характеристику разделов бизнес плана:

1. Резюме.....

2. Организационный план.....
3. План маркетинга.....
4. Финансовый план.....

Задание 3.

Дайте определение финансово-экономических показателей деятельности аптеки и методы их планирования:

1. Товарооборот аптеки.....
2. Торговые наложения.....
3. Издержки обращения.....
4. Прибыль
5. Валовый доход.....
6. Рентабельность.....
7. Фонд заработной платы.....

Задание 4.

Директор аптеки «Здоровье» 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»?

Задание 5.

Учредителями общества с ограниченной ответственностью аптеки «Вита-плюс» являются физические лица. Они на собственные средства закупили оборудование и товары, заключили договор на аренду помещения с РЭУ. Что будет записано в «Юридическом плане» этой аптеки?

Задание 6.

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

7. Тестовые задания для самоконтроля (выделенным шрифтом отмечены правильные ответы).

1. Укажите правильные ответы:

Бизнес-план разрабатывается:

- а) при планировании нового дела;
 - б) при планировании деятельности нового предприятия;
 - в) при получении кредита;
 - г) при лицензировании.
- а, б.

2. Укажите правильные ответы:

Бизнес-план используется для:

- а) определения целей деятельности предприятия;
- б) привлечения инвесторов;
- в) привлечения квалифицированных работников;
- г) борьбы с конкурентами;
- д) обоснования необходимых денежных вкладов.

а, б, в, г.

3. Укажите правильные ответы:

Особенности продажи товара могут быть обусловлены:

- а) товарной номенклатурой;
- б) разделением труда;
- в) видом и структурой реализации;
- г) стилем управления;
- д) организацией сбытовой сети.

а, в, д.

4. Укажите правильные ответы:

В разделе «Организационный план» отражаются:

- а) данные об учредителях;
- б) данные об инвесторах;
- в) штат предприятия;
- г) организационная структура;
- д) направления конкурентной борьбы;
- е) формы оплаты труда.

а, б, в, г, е.

5. Укажите правильные ответы:

Раздел бизнес-плана «Финансовый план» должен быть представлен следующими документами:

- а) прогноз объема реализации;
- б) план поступления и расхода денежных средств;
- в) таблица доходов и затрат;
- г) график безубыточности;
- д) баланс;
- е) организационная структура.

а, б, в, г, д.

6. Укажите соответствия:

Раздел бизнес-плана.

Содержание.

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| 1. План производства | а) размеры и расположение |
| 2. Стратегия финансирования | б) источники финансирования |
| | в) оборудование |
| | г) поставщики |
| | д) сроки возврата кредитов |

1 а, в, г 2 б, д

Методические рекомендации по самостоятельной (внеаудиторной) работе по управлению и экономике фармации.

Занятие №14.

I. Тема: «Современная концепция фармацевтического маркетинга. Фармацевтические маркетинговые исследования и сегментирование рынка ЛС».

2.Значимость изучаемой темы.

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. 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.

3.Содержание изучаемой темы по программе.

Концепция фармацевтического маркетинга. Маркетинг в фармации как социально-этическая система: основные задачи и принципы реализации. Направления комплексных маркетинговых исследований фармацевтического рынка. Выбор стратегии маркетинга в фармацевтическом бизнесе, сегментирование фармацевтического рынка, определение оптимального ассортимента и эффективной сбытовой политики ЛС. Разработка модели программы маркетинга по обеспечению эффективной деятельности фармацевтической организации.

4. Контрольные вопросы 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.

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

<u>Ординатор должен знать:</u> 1. основы концепции фармацевтического маркетинга. 2. предмет, цель, среду, виды и типы фармацевтического маркетинга. 3. принципы и функции фармацевтического маркетинга. 4. основные направления маркетинговых исследований. 5. основные методы изучения	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2. Лекционный материал.
---	--

фармацевтического рынка.	
<u>Ординатор должен уметь:</u> 1. проводить маркетинговые исследования фармацевтического рынка. 2. проводить сегментирование рынка потребителей ЛС различными методами. 3. осуществлять позиционирование ЛС по цене и эффективности. - подготовить сообщение по теме «Современная концепция фармацевтического маркетинга. Фармацевтические маркетинговые исследования и сегментирование рынка ЛС».	1. Литература: Управление и экономика фармации: учебник ред. В.Л. Багирова М.: Медицина, 2004. 2. Управление и экономика фармации: учебник под ред. И.А. Наркевич М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. «Консультант Ординатора» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html 2. Методические рекомендации к занятию №14. 3. Научно-практический журнал «Новая аптека». http://harupharma.ru/ http://webapteka.ru/ http://www.recipe.ru http://www.pharmvestnik.ru

6. Задания (выполнить письменно, в рабочих тетрадях) для подготовки к занятию:

Задание 1.

В таблице №1 представлены некоторые товары аптечного ассортимента. В графе 2 указаны события, которые происходили на рынке этих товаров.

Укажите название фактора, который вызвал изменение спроса на товар, в графе 3.

В графе 4 покажите, как сдвинется линия спроса на рассматриваемый товар в результате этого события.

Таблица № 1

1	2	3	4
Товар	Событие	Фактор	Сдвиг линии спроса
1. Импортные лекарственные препараты	Повысился доллара		

2. Витамины «Центрум», «Витрум»	Увеличились доходы населения		
3. Косметика фирмы «Виши» (Франция)	Реклама в печати и на телевидении		
4. Бактрим	Снизилась цена на Ко-тримаксазол		
5. Литература по фармации	Наступление летних каникул у		

Задание 2.

В таблице № 2 представленной некоторые фармацевтические товары и события, произошедшие на рынке этих товаров.

В графе 3 укажите название фактора, вызвавшего изменение предложения этого фактора.

В графе 4 покажите, как сдвинется линия предложения на рассматриваемый товар в результате произошедшего события.

Таблица № 2

1	2	3	4
Товар	Событие	Фактор	Сдвиг линии предложения
1. Резиновые изделия	Рост цен на каучук		
2. Лек. растительное сырье	Засушливая погода в течение лета		
3. Спиртовые растворы	Введение акциза на спирт		
4. Предметы ухода за детьми	Выплата государственных дотаций производителям детских товаров		
5. Средства для снижения веса	Производители ожидают повышения доходов населения		

Задание 3.

При повышении цены на товар с $P_1 = 5$ ДЕ за единицу до $P_2 = 6$ ДЕ, количество купленного товара сократилось с $Q_1 = 15$ ЕД до $Q_2 = 10$ ЕД.

Проанализируйте, как изменится общая выручка аптеки после повышения цены на товар.

Эластичен ли спрос на этот товар?
Имеет ли смысл повышать цену?

Задание 4.

Цена за товар понизилась с 10 ДЕ до 9 ДЕ. Количество купленного товара возросло со 100 ЕД до 110 ЕД. Как изменилась общая выручка аптеки?

Является ли спрос на товар эластичным по цене? Что является наиболее выгодным для аптеки, повышение или понижение цены?

Задание 5.

Рассчитайте на квартал спрос на валокордин:

- 1). Действительный; 3). Неудовлетворенный: скрытый, реальный;
2). Реализованный; 4). Коэффициент дефицита.

Для выполнения задания используйте данные таблицы

Среднегодовой спрос на валокордин (фл. по 30 мл) за первые 3 мес. текущего года.

Месяц	Число обращений за валокордином (ср. в день)	Реализовано (ср. в день)	
		Всего: валокордин + замена	В том числе замена
Январь	15	10	5
Февраль	19	10	5
Март	14	13	8

Задание 6.

Определите широту, насыщенность и полноту насыщения товарной номенклатуры аптеки:

Ассортиментные группы	Количество товаров	
	В аптеке	В полной ассорт. гр.
Лекарственные средства	1500	4000
ИМН и предметы ухода за больными	25	100
Парафармацевтические средства	6	40
Перевязочные средства	20	800
Тара	4	20
Другие средства	-	15

7. Тестовые задания для самоконтроля (выделенным шрифтом отмечены правильные ответы).

1. 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**

2. 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

3. 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

4. Существуют следующие виды сегментирования рынка, кроме

- а) простого маркетинга
- б) массового маркетинга
- в) целевого маркетинга
- г) товарно-дифференцированного маркетинга
- д) всех вышеперечисленных

5. Позиционирование товаров на фармацевтическом рынке не может быть

- а) реальным, оценочным
- б) массовым**
- в) простым
- г) сложным
- д) двоичным

6. 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

7. Совокупность покупателей и продавцов, взаимодействие которых приводит в итоге к возможности обмена, определяется как

- а) труд
- б) рынок**
- в) услуги
- г) товары
- д) предприятия

8. В комплекс маркетинга входят следующие составляющие, кроме

- а) цены
- б) товара
- в) конкуренции
- г) продвижения
- д) места

Методические рекомендации по самостоятельной (внеаудиторной) работе по управлению и экономике фармации.

Занятие №15.

1. Тема: Модульное занятие.

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

3.Форма контроля:

- 5. Тест
- 6. Вопросы по билету.
- 7. Ситуационные задания.

4.Контрольные вопросы:

- 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.
- 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
28. Виды собственности.
29. Выбор организационно-правовой формы аптечного предприятия.
30. Порядок проведения лицензирования.
31. Порядок открытия расчетного счета в банке.
32. Материально-техническое оснащение аптек.
33. Основные принципы и правовые основы лицензирования.
34. Определение основных понятий.
35. Цели лицензирования.
36. Лицензирующие органы и их полномочия.
37. Лицензионные требования и условия.
38. Случаи проведения лицензирования аптечных учреждений.
39. Порядок проведения лицензирования фармацевтической деятельности аптечного учреждения на территориальном уровне.
40. Лицензирование фармацевтической деятельности в сфере оптовой торговли.
41. Лицензирование фармацевтической деятельности в сфере производства лекарственных средств.
42. Подведение итогов лицензирования.
43. Случаи отзыва лицензии.
44. Формирование и ведение реестров лицензий.
45. Понятие и содержание бизнес-плана.
46. Этапы разработки бизнес-плана.
47. Маркетинговая часть бизнес-плана.
48. Разработка экономического раздела бизнес-плана: объем продаж дохода, расхода, прибыли.
49. Планирование и финансирование оборотных средств.
50. Стратегия финансирования аптечного предприятия.
51. Планирование расходов аптеки.
52. Планирование прибыли и уровня рентабельности.
53. Определение целей предприятия в бизнес-плане.
54. Исследование и анализ сбыта.

55. План маркетинга.
56. Изучение издержек обращения и безубыточности.
57. Конкуренция и другие внешние факторы.
58. Управление в организации: кадровая политика, наем работников, заработная плата.
59. Финансовый план.
60. Основы концепции маркетинга.
61. Роль маркетинга.
62. Направления маркетинга
63. Цели маркетинга.
64. Целевая ориентация и комплексность маркетинга.
65. Сущность аналитической функции.
66. Сущность производственной функции.
67. Сущность сбытовой функции.
68. Сущность функции управления и контроля.
69. Основные виды маркетинга.
70. Виды современного маркетинга (в зависимости от сферы и объекта применения).
71. Сущность необходимости создания маркетинговых служб.
72. Задачи и функции подразделений службы маркетинга на предприятии.
73. Задачи отдела конъюнктуры рынка, спроса и рекламы.
74. Задачи отдела сбыта
75. Функции отдела сбыта.
76. Экономическая сущность понятий "потребность", "спрос", "предложение". Значение этих элементов рыночной экономики в теории маркетинга.
77. Закон спроса, рыночное равновесие.
78. Характеристика рынка.
79. Что представляет собой товарный рынок?
80. Типы товарных рынков.
81. Функции и структура фармацевтического рынка.
82. Инфраструктура фармацевтического рынка.
83. Понятие экономической конъюнктуры.
84. Характерные особенности конъюнктуры на фармацевтическом рынке.
85. Сегментация фармацевтического рынка, как важнейшая особенность маркетинговой концепции.
86. Характеристика основных факторов сегментации.
87. Основные критерии сегментации рынка.
88. Сегментация по продукту.
89. Сегментация по основному конкуренту.
90. Какие этапы включает в себя исследование фармацевтического рынка?
91. Дать характеристику понятию "емкость рынка".

5. Литература для подготовки к занятию:

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