

№ОРД-УП.ЭК.ФАРМ-19

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Северо-Осетинская государственная медицинская академия»
Министерства здравоохранения Российской Федерации



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»**

основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы ординатуры по специальности 33.08.02 Управление и экономика фармации,
утвержденной «30» марта 2022 г.

Форма обучения: Очная

Срок освоения: 2 года

Кафедра: фармации

Владикавказ 2022

При разработке рабочей программы дисциплины в основу положены:

ФГОС ВО по специальности **33.08.02 Управление и экономика фармации** (уровень подготовки кадров высшей квалификации), утвержденный Министерством образования и науки Российской Федерации «27» августа 2014 г. (№1143)

Учебный план по специальности **33.08.02 Управление и экономика фармации** (уровень подготовки кадров высшей квалификации),

ОРД-УП.ЭК.ФАРМ-19-03-22

одобренный ученым Советом ФГБОУ ВО СОГМА Минздрава России «30» марта 2022 г., протокол № 6

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры фармации ФГБОУ ВО СОГМА Минздрава России от «15» марта 2022 г., протокол № 8.

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании центрального координационного учебно-методического совета ФГБОУ ВО СОГМА Минздрава России от «22» марта 2022 г., протокол № 4.

Рабочая программа дисциплины утверждена ученым Советом ФГБОУ ВО СОГМА Минздрава России от «30» марта 2022 г., протокол № 6.

Разработчики:

Заведующая кафедрой фармации, к. фарм. н., доцент



Бидарова Ф.Н.

Доцент кафедры фармации, к.фарм.н.



Цахилова Е.Н.

Доцент кафедры фармации, к.фарм.н.



Бозрова Д.М.

Рецензенты:

Заведующая аптекой №4 АО «Фармация» Кадохова Л.Б.

Заведующая аптекой №17 АО «Фармация» Гатагова Л.И.

Содержание рабочей программы

1. наименование дисциплины;
2. перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
3. указание места дисциплины в структуре образовательной программы;
4. объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся;
5. содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий;
6. перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине;
7. фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;
8. перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины;
9. перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины;
10. методические указания для обучающихся по освоению дисциплины;
11. перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);
12. описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.
13. ведение образовательной деятельности с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине и результаты освоения образовательной программы

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Тема занятия (раздела)	Результаты освоения		
				знать	уметь	владеть
1	2	3	4	5	6	7
1.	УК-1	готовность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<p>Раздел 1. Маркетинг и его роль в экономике фармацевтических организаций.</p> <p>Раздел 2. Фармацевтический рынок как комплекс рынка товаров и рынка услуг.</p> <p>Раздел 3. Методы распространения лекарственных средств и парафармацевтической продукции.</p> <p>Раздел 4. Принципы продвижения товаров аптечного ассортимента на фармацевтическом рынке.</p>	<p>основные понятия в области общего и фармацевтического маркетинга;</p> <p>общие тенденции, закономерности и этапы развития фармацевтического маркетинга;</p> <p>основные научные подходы, концепции, принципы, методы фармацевтического маркетинга;</p> <p>основы правового регулирования маркетинговой деятельности фармацевтических организаций и специалистов, осуществляющих фармацевтическую деятельность;</p>	<p>систематизировать научную и справочную информацию и использовать ее для решения профессиональных задач;</p> <p>ориентироваться в выборе нормативной документации, необходимой для решения управленческих и маркетинговых задач;</p>	<p>навыками сбора и обобщения информации, проведения маркетинговых исследований и исследований фармацевтического рынка;</p>
2.	ПК-5	готовность к организации фармацевтической деятельности	<p>Раздел 1. Маркетинг и его роль в экономике фармацевтических организаций.</p> <p>Раздел 2. Фармацевтический рынок как комплекс рынка товаров и рынка</p>	<p>факторы, влияющие на формирование потребности, спроса на товары торгового ассортимента</p>	<p>анализировать исходные данные и осуществлять расчеты по определению потребности,</p>	<p>навыками применения методик определения показателей</p>

		<p>услуг.</p> <p>Раздел 3. Методы распространения лекарственных средств и парафармацевтической продукции.</p> <p>Раздел 4. Принципы продвижения товаров аптечного ассортимента на фармацевтическом рынке.</p>	<p>аптечных организаций;</p> <p>принципы определения потребности, спроса на фармацевтические и парафармацевтические товары;</p> <p> типовые методики определения потребности в лекарственных средствах;</p> <p>основные направления формирования и реализации ассортиментной политики аптечных организаций;</p> <p>этапы и порядок проведения маркетинговых исследований в фармации</p>	<p>спроса на различные группы и виды товаров торгового ассортимента аптечных организаций;</p> <p>рассчитывать основные показатели, характеризующие рациональность структуры торгового ассортимента аптечных организаций;</p> <p>разрабатывать ассортиментную политику по формированию оптимального торгового ассортимента аптечных организаций;</p> <p>проводить маркетинговые исследования субъектов и объектов фармацевтического рынка;</p>	<p>потребности, спроса на товары торгового ассортимента аптечных организаций;</p> <p>навыками анализа и формирования рационального торгового ассортимента аптечных организаций;</p> <p>навыками разработки комплекса мероприятий, направленных на стимулирование сбыта фармацевтических товаров;</p> <p>навыками применения методов и приемов, обеспечивающих эффективную и добросовестную конкуренцию на рынке фармацевтиче</p>
--	--	---	---	---	--

						ских товаров и услуг; навыками сбора и обобщения информации, проведения маркетинговых исследований фармацевтического рынка;
3.	ПК-6	готовность к оценке экономических и финансовых показателей, применяемых в сфере обращения лекарственных средств	<p>Раздел 1. Маркетинг и его роль в экономике фармацевтических организаций.</p> <p>Раздел 2. Фармацевтический рынок как комплекс рынка товаров и рынка услуг.</p> <p>Раздел 3. Методы распространения лекарственных средств и парафармацевтической продукции.</p> <p>Раздел 4. Принципы продвижения товаров аптечного ассортимента на фармацевтическом рынке.</p>	<p>факторы, влияющие на формирование потребности, спроса на товары торгового ассортимента аптечных организаций;</p> <p>принципы определения потребности, спроса на фармацевтические и парафармацевтические товары;</p> <p> типовые методики определения потребности в лекарственных средствах;</p> <p>основные направления формирования и реализации ассортиментной политики аптечных организаций;</p> <p>этапы и порядок проведения маркетинговых</p>	<p>анализировать исходные данные и осуществлять расчеты по определению потребности, спроса на различные группы и виды товаров торгового ассортимента аптечных организаций;</p> <p>рассчитывать основные показатели, характеризующие рациональность структуры торгового ассортимента аптечных организаций;</p> <p>разрабатывать ассортиментную политику по формированию оптимального торгового ассортимента аптечных организаций;</p> <p>проводить маркетинговые</p>	<p>навыками применения методик определения показателей потребности, спроса на товары торгового ассортимента аптечных организаций;</p> <p>навыками анализа и формирования рационального торгового ассортимента аптечных организаций;</p> <p>навыками разработки комплекса мероприятий, направленных на</p>

				исследований фармации	в	исследования субъектов и объектов фармацевтического рынка;	стимулирован ие сбыта фармацевтиче ских товаров; навыками применения методов и приемов, обеспечиваю щих эффективную и добросовестн ую конкуренцию на рынке фармацевтиче ских товаров и услуг; навыками сбора и обобщения информации, проведения маркетинговы х исследований фармацевтиче ского рынка;
--	--	--	--	--------------------------	---	---	---

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Фармацевтический маркетинг» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по специальности 33.08.02 Управление и экономика фармации.

4. Объем дисциплины

№п/п	Вид работы	Всего зачетных единиц	Всего часов	Год обучения
				1
				часов
1	2	3	4	5
1. ___	Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе:	2,66	96	96
2. ___	Лекции (Л)	0,22	8	8
3. ___	Клинические практические занятия (ПЗ)	2,44	88	88
4. ___	Семинары (С)	-	-	-
5. ___	Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
6. ___	Самостоятельная работа обучающегося (СР)	1,34	48	48
7. ___	Вид промежуточной аттестации	зачет (З)	-	-
		экзамен (Э)	Э	Э
8. ___	ИТОГО: Общая трудоемкость	часов	-	144
		ЗЕТ	4	-

5. Содержание дисциплины

№ п/п	Год обучения	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды учебной деятельности (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ЛР	ПЗ	СР	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. ___	1	Раздел 1. Маркетинг и его роль в экономике фармацевтических организаций.	2	-	12	8	22	устный опрос, тестирование письменное или компьютерное, письменный опрос
2. ___	1	Раздел 2. Фармацевтический рынок как комплекс рынка товаров и рынка услуг.	2	-	24	10	36	
3. ___	1	Раздел 3. Методы распространения лекарственных средств и парафармацевтической продукции.	2	-	20	10	32	
4. ___	1	Раздел 4. Принципы продвижения товаров аптечного ассортимента на фармацевтическом рынке.	2	-	28	18	48	
5. ___	1	Итоговое занятие			4	2	6	
ИТОГО:			8	-	88	48	144	

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№ п/п	№ семестра	Наименование учебно-методической разработки
1.	1	Курс лекций по фармацевтическому маркетингу (для ординаторов), Бидарова Ф.Н.
2.		Методические рекомендации для внеаудиторной самостоятельной работы (СР) по фармацевтическому маркетингу (для ординаторов) , Бидарова Ф.Н.
3.		Ситуационные задачи по фармацевтическому маркетингу (для ординаторов) , Бидарова Ф.Н.
4.		Эталоны тестовых заданий по фармацевтическому маркетингу (для ординаторов) , Бидарова Ф.Н.
5.		Глоссарий по фармацевтическому маркетингу (для ординаторов) , Бидарова Ф.Н.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

№ п/п	Перечень компетенций	№ семестра	Показатель(и) оценивания	Критерий(и) оценивания	Шкала оценивания	Наименование ФОС
1	2	3	4	5	6	7
1.	УК-1 ПК-5 ПК-6	1	см. стандарт контроля качества обучения, утв. Приказом ФГБОУ ВО СОГМА Минздрава России от 10.07.2018 г. №264/о	см. стандарт контроля качества обучения, утв. Приказом ФГБОУ ВО СОГМА Минздрава России от 10.07.2018 г. №264/о	см. стандарт контроля качества обучения, утв. Приказом ФГБОУ ВО СОГМА Минздрава России от 10.07.2018 г. №264/о	экзаменационные билеты, эталоны тестовых заданий, экзаменационные билеты к практическим навыкам

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

№п/п	Наименование	Автор (ы)	Год, место издания	Кол-во экземпляров		Наименование ЭБС/ссылка в ЭБС
				в библиотеке	на кафедре	
1	2	3	4	5	6	7
Основная литература						
1.	Управление и экономика фармации: учебник	ред. В.Л. Багирова	М.: Медицина, 2004.	19	1	-
2.	Управление и экономика фармации: учебник	ред. И.А. Наркевич	М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017.	25	1	«Консультант студента» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html
Дополнительная литература						
3.	Управление и экономика фармации: учебник: в 4 т. Т.1. Фармацевтическая деятельность, организация и регулирование.	ред. Е.Е. Лоскутова	М.: Академия, 2008	2	-	-
4.	Управление и экономика фармации: учебник: в 4 т. Т. 2. Учет в аптечных организациях: оперативный, бухгалтерский, налоговый.	ред. Е.Е. Лоскутова	М.: Академия, 2008	1	-	-
5.	Управление и экономика фармации. Экономика аптечных организаций: учебник	ред. Е.Е. Лоскутова	М.: Академия, 2010	1	-	-

СОГЛАСОВАНО
Зав. библиотекой

Лоскутова

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

Фармакопея 14 (4 тома) [Электронный ресурс] - Режим доступа.- <http://www.femb.ru/>
Справочно-правовая система «Гарант» [Электронный ресурс] - Режим доступа.- <http://www.aero.garant.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучение складывается из аудиторных занятий (96 час.), включающих лекционный курс и практические занятия, и самостоятельной работы (48 час.). Основное учебное время выделяется на практическую работу, включающую экспериментальную часть.

Практические занятия проводятся в виде демонстрации эксперимента, использования наглядных пособий, решения ситуационных задач, ответов на тестовые задания.

В учебном процессе широко используются активных и интерактивных формы проведения занятий (ролевые игры, тренинг, проблемная лекция, лекция-дискуссия). Самостоятельная работа студентов подразумевает внеаудиторную подготовку и включает создание портфолио, таблиц, слайдов, рефератов по изучаемым темам.

Работа с учебной литературой рассматривается как вид учебной работы по дисциплине и выполняется в пределах часов, отводимых на её изучение (в разделе СРС). Каждый обучающийся обеспечен доступом к библиотечным фондам Академии и кафедры.

По каждому разделу учебной дисциплины разработаны методические рекомендации для внеаудиторной работы ординаторов, курс лекций для ординаторов, ситуационные задачи и эталоны тестовых заданий.

Исходный уровень знаний студентов определяется тестированием, текущий контроль усвоения предмета определяется устным опросом в ходе занятий (вопросы для проверки исходного (базового) уровня знаний: вопросы для самоподготовки), при решении типовых ситуационных задач и ответах на тестовые задания.

В конце изучения учебной дисциплины проводится промежуточный контроль знаний.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Лекции сопровождаются мультимедийными презентациями. При проведении тестирования в компьютерном режиме используется соответствующая техника.

При работе с электронными материалами и необходимости выхода в сеть Интернет применяется компьютерный класс (ноутбуки).

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№/п	Наименование оборудования	Количество	Техническое состояние
1	2	3	4
Специальное оборудование			
1.	Мультимедийный комплекс (ноутбук, проектор, экран)	1	Удовлетворительное
2.	Ноутбуки для работы с электронным учебником	7	Удовлетворительное
3.	Таблицы наглядных материалов по различным разделам дисциплины.	10	Удовлетворительное
4.	Доска.	1	Удовлетворительное

13. Ведение образовательной деятельности с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

В условиях введения ограничительных мероприятий (карантина), связанных с неблагоприятной эпидемиологической ситуацией, угрозой распространения новой коронавирусной инфекции и прочих форс-мажорных событиях, не позволяющих проводить учебные занятия в очном режиме, возможно изучение настоящей дисциплины или ее части с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Преподавание дисциплины в вышеописанных ситуациях будет осуществляться посредством освоения электронного курса с доступом к видео лекциям и интерактивным материалам курса: презентациям, статьям, дополнительным материалам, тестам и различным заданиям. При проведении учебных занятий, текущего контроля успеваемости, а также промежуточной аттестации обучающихся могут использоваться платформы электронной информационно-образовательной среды академии и/или иные системы электронного обучения, рекомендованные к применению в академии, такие как Moodle, Zoom, Webinar и др.

Лекции могут быть представлены в виде аудио-, видеофайлов, «живых лекций» и др.

Проведение семинаров и практических занятий возможно в режиме on-line как в синхронном, так и в асинхронном режиме. Семинары могут проводиться в виде web-конференций.