

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Фармацевтический маркетинг»
(программа ординатуры по специальности 33.08.02 Управление и экономика
фармации)**

Основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы ординатуры по специальности 33.08.02 Управление и экономика фармации, утвержденной 30.03.2022 г.

Форма обучения: Очная

Срок освоения: 2 года

Кафедра: фармации

1. Цель дисциплины: сформировать у ординаторов универсальные и профессиональные компетенции для решения задач организационно-управленческой деятельности медицинских и фармацевтических организаций, занятых в сфере обращения лекарственных средств, и их структурных подразделений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

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

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций: УК-1, ПК-5, ПК-6.

В результате изучения дисциплины ординатор должен *знать*:

- основные понятия в области общего и фармацевтического маркетинга;
- общие тенденции, закономерности и этапы развития фармацевтического маркетинга;
- основные научные подходы, концепции, принципы, методы фармацевтического маркетинга;
- основы правового регулирования маркетинговой деятельности фармацевтических организаций и специалистов, осуществляющих фармацевтическую деятельность;

уметь:

- анализировать исходные данные и осуществлять расчеты по определению потребности, спроса на различные группы и виды товаров торгового ассортимента аптечных организаций;
- рассчитывать основные показатели, характеризующие рациональность структуры торгового ассортимента аптечных организаций;
- разрабатывать ассортиментную политику по формированию оптимального торгового ассортимента аптечных организаций;
- проводить маркетинговые исследования субъектов и объектов фармацевтического рынка;

владеть:

- навыками применения методик определения показателей потребности, спроса на товары

торгового ассортимента аптечных организаций;

- навыками анализа и формирования рационального торгового ассортимента аптечных организаций;

- навыками разработки комплекса мероприятий, направленных на стимулирование сбыта

фармацевтических товаров;

- навыками применения методов и приемов, обеспечивающих эффективную и добросовестную конкуренцию на рынке фармацевтических товаров и услуг;

- навыками сбора и обобщения информации, проведения маркетинговых исследований

фармацевтического рынка;

4. Общая трудоемкость дисциплины: составляет 4 зачетных единиц (144 часов).

5. Год обучения: 1.

6. Основные разделы дисциплины:

Маркетинг и его роль в экономике фармацевтических организаций.

Фармацевтический рынок как комплекс рынка товаров и рынка услуг.

Методы распространения лекарственных средств и парафармацевтической продукции.

Принципы продвижения товаров аптечного ассортимента на фармацевтическом рынке.

Авторы:

Заведующая кафедрой фармации ФГБОУ ВО СОГМА Минздрава России,

к.фарм.н., доцент  _____ Бидарова Ф.Н.

Доцент кафедры фармации ФГБОУ ВО СОГМА Минздрава России,

к.фарм.н.  _____ Цахилова Е.Н.

Доцент кафедры фармации ФГБОУ ВО СОГМА Минздрава России,

к.фарм.н.  _____ Бозрова Д.М.