

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Павлов Валентин Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.05.2026 10:27:45
Уникальный программный ключ:
a562210a8a161d1bc9a34c4a0a5eb20ac76b9d73665849e6d6db2e5a4e71d6ee

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(ФГБОУ ВО БГМУ МИНЗДРАВА РОССИИ)

Кафедра фармации



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

Уровень образования
Высшее образование – магистратура

Направление подготовки
32.04.01 *Общественное здравоохранение*

Направленность (профиль) подготовки
Управление и экономика в фармацевтической деятельности

Квалификация – магистр

Форма обучения – очная

Год начала подготовки: 2026

При разработке рабочей программы учебной дисциплины в основу положены:

1) ФГОС ВО по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение (уровень магистратуры), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «31» мая 2017 г. № 485;


2) Учебный план по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение (уровень магистратуры), направленность (профиль) подготовки Управление и экономика в фармацевтической деятельности, утвержденный Ученым советом ФГБОУ ВО БГМУ Минздрава России от «25» ноября 2025 г., протокол № 10.

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена на заседании кафедры фармации «9» октября 2025 г., протокол № 9.

Заведующий кафедрой  В.А. Катаев

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена учебно-методическим советом Центра инновационных образовательных программ «19» ноября 2025 г., протокол № 3.

Председатель учебно-методического совета

Центра инновационных образовательных программ  Т.Н. Титова

Разработчики:

1. Катаев Валерий Алексеевич, д.фарм.н., профессор, заведующий кафедрой фармации.
2. Гайсаров Артур Халяфович, к.фарм.н., доцент, доцент кафедры фармации.

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ:		стр.
1.	Пояснительная записка	4
1.1.	Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
1.2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4
2.	Требования к результатам освоения учебной дисциплины	7
2.1.	Типы задач профессиональной деятельности	7
2.2.	Перечень компетенций, индикаторов достижения компетенций и индекса трудовой функции	7
3.	Содержание рабочей программы	9
3.1.	Объем учебной дисциплины и виды учебной работы	9
3.2.	Перечень разделов учебной дисциплины и компетенций с указанием соотнесенных с ними тем разделов дисциплины	10
3.3.	Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля	10
3.4.	Название тем лекций и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины	11
3.5.	Название тем практических занятий, в том числе практической подготовки, и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины	11
3.6.	Лабораторный практикум	12
3.7.	Самостоятельная работа обучающегося	12
4.	Оценочные материалы для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины	12
4.1.	Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине	12
4.2.	Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по учебной дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	24
5.	Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины	27
5.1.	Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения учебной дисциплины	27
5.2.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины	27
6.	Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по учебной дисциплине	28
6.1.	Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по учебной дисциплине	28
6.2.	Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы	29
6.3.	Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	30

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Фармацевтический маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Цели изучения дисциплины: изучить основы теоретических и практических аспектов фармацевтического маркетинга в сфере современной фармацевтической деятельности.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по учебной дисциплине
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1. Выявляет проблемную ситуацию в процессе анализа проблемы, определяет этапы ее разрешения с учетом вариативных контекстов.	Знать основные подходы к выявлению и решению проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные подходы к выявлению и решению проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Владеть навыками выявления и решения проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.
	УК-1.2. Идентифицирует, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации.	Знать основные подходы к идентификации, критическому анализу и выбору необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные подходы к идентификации, критическому анализу и выбору необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга. Владеть навыками идентификации, критического анализа и выбора необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга.
	УК-1.3. Формулирует цели и рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивает их преимущества и риски.	Знать основные подходы к рассмотрению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные подходы к рассмотрению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Владеть навыками рассмотрения основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.
	УК-1.4. Выдвигает версии решения проблемы, формулирует гипотезы, стратегию действий.	Знать основные подходы к выбору версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные подходы к выбору версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга. Владеть навыками выбора версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга.

	УК-1.5. Обосновывает целевые индикаторы и оценивает практические последствия реализации действий по разрешению проблемной ситуации.	Знать основные подходы к оценке практических последствий реализации действий по разрешению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные подходы к оценке практических последствий реализации действий по разрешению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Владеть практическими навыками оценки практических последствий реализации действий по разрешению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.
ОПК-1 Способность к подготовке и применению научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в системе здравоохранения	ОПК-1.1. Осуществляет выбор оптимально соответствующих заданным целям научных источников и нормативно-правовой документации	Знать базовые научные источники и основную нормативно-правовую документацию в области фармацевтического маркетинга. Уметь осуществлять выбор оптимально соответствующих заданным целям научных источников и нормативно-правовой документации в области фармацевтического маркетинга. Владеть навыками применения научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга.
	ОПК-1.2. Планирует, организывает и проводит научное исследование, анализирует и представляет его результаты	Знать основные аспекты планирования, организации и проведения научных исследований в области фармацевтического маркетинга. Уметь анализировать результаты научных исследований в области фармацевтического маркетинга и представлять их результаты. Владеть практическими навыками анализа результатов научных исследований в области фармацевтического маркетинга и представления их результатов.
	ОПК-1.3. Использует информационные технологии в профессиональной деятельности для поиска информации, для анализа нормативно-законодательной базы в области профессиональной деятельности	Знать основные информационные технологии в профессиональной деятельности для поиска информации, для анализа нормативно-законодательной базы в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные информационные технологии в профессиональной деятельности для поиска информации, для анализа нормативно-законодательной базы в области фармацевтического маркетинга. Владеть практическими навыками применения основных информационных технологии в профессиональной деятельности для поиска информации, для анализа нормативно-законодательной базы в области фармацевтического маркетинга.

	ОПК-1.4. Использует информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в системе здравоохранения	Знать основные информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга. Владеть практическими навыками применения основных информационных технологий для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга.
ПК-1. Способность и готовность к организации и проведению научных исследований, к участию в решении научно-практических (прикладных) задач в области общественного здоровья и здравоохранения, к публичному представлению их результатов	ПК-1.1. Умеет работать с научной и справочной литературой, электронными научными базами (платформами) и владеет современными стратегиями поиска научной информации и научного исследования по актуальной проблеме общественного здоровья и здравоохранения	Знать основную научную и справочную литературу, электронные научные базы (платформы) в сфере фармацевтического маркетинга. Уметь применять современные стратегии поиска научной информации и научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Владеть практическими навыками применения современных стратегий поиска научной информации и научного исследования в области фармацевтического маркетинга.
	ПК-1.2. Владеет алгоритмами и методами проведения научно-практических исследований (изысканий), статистической обработки результатов и качественного анализа, осуществляет выбор дизайна исследования, адекватного цели и задачам научного исследования	Знать основные алгоритмы и методики проведения научно-практических исследований (изысканий), статистической обработки результатов и качественного анализа в области фармацевтического маркетинга. Уметь осуществлять выбор дизайна исследования, адекватного цели и задачам научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Владеть практическими навыками выбора дизайна исследования, адекватного цели и задачам научного исследования в области фармацевтического маркетинга.
	ПК-1.3. Демонстрирует готовность к публичному представлению результатов научного исследования и умеет представлять результаты научного исследования в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов	Знать основные аспекты публичного представления результатов научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Уметь представлять результаты научного исследования в области фармацевтического маркетинга в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов. Владеть практическими навыками представления результатов научного исследования в области фармацевтического маркетинга в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов.

2. Требования к результатам освоения учебной дисциплины

2.1. Типы задач профессиональной деятельности

Задачи профессиональной деятельности, которые лежат в основе преподавания учебной дисциплины, относятся к следующим типам: организационно-управленческий, научно-исследовательский:

- познакомить обучающихся с основами фармацевтического маркетинга;
- изучить вопросы продвижения фармацевтических товаров с учетом различных специфических особенностей.

2.2. Перечень компетенций, индикаторов достижения компетенций и индекса трудовой функции

Изучение учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих универсальных (УК), общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Номер/ индекс компетенции (или его части) и ее содержание	Номер индикатора компетенции (или его части) и его содержание	Индекс трудовой функции и ее содержание	Перечень практических навыков по овладению компетенцией	Оценочные средства
1	2	3	4	5	6
1.	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1. Выявляет проблемную ситуацию в процессе анализа проблемы, определяет этапы ее разрешения с учетом вариативных контекстов. УК-1.2. Идентифицирует, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации. УК-1.3. Формулирует цели и рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивает их преимущества и риски. УК-1.4. Выдвигает версии решения проблемы, формулирует	–	решение ситуационных задач.	тестирование, устный опрос, контрольная работа.

		гипотезы, стратегию действий. УК-1.5. Обосновывает целевые индикаторы и оценивает практические последствия реализации действий по разрешению проблемной ситуации.			
2.	ОПК-1. Способность к подготовке и применению научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в системе здравоохранения	ОПК-1.1. Осуществляет выбор оптимально соответствующих заданным целям научных источников и нормативно-правовой документации ОПК-1.2. Планирует, организывает и проводит научное исследование, анализирует и представляет его результаты ОПК-1.3. Использует информационные технологии в профессиональной деятельности для поиска информации, для анализа нормативно-законодательной базы в области профессиональной деятельности ОПК-1.4. Использует информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в системе здравоохранения	–	решение ситуационных задач.	тестирование, устный опрос, контрольная работа.
3.	ПК-1. Способность и готовность к организации и проведению научных исследований, к участию в решении научно-практических (прикладных) задач в области общественного	ПК-1.1. Умеет работать с научной и справочной литературой, электронными научными базами (платформами) и владеет современными стратегиями поиска	–	решение ситуационных задач.	тестирование, устный опрос, контрольная работа.

	здоровья и здравоохранения, к публичному представлению их результатов	<p>научной информации и научного исследования по актуальной проблеме общественного здоровья и здравоохранения.</p> <p>ПК-1.2. Владеет алгоритмами и методами проведения научно-практических исследований (изысканий), статистической обработки результатов и качественного анализа, осуществляет выбор дизайна исследования, адекватного цели и задачам научного исследования.</p> <p>ПК-1.3. Демонстрирует готовность к публичному представлению результатов научного исследования и умеет представлять результаты научного исследования в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов.</p>			
--	-----------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

3. Содержание рабочей программы

3.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц	Семестр
		3
		часов
1	2	3
Контактная работа (всего), в том числе:	60 / 1,67	60
Лекции (Л)	20 / 0,56	20
Практические занятия (ПЗ)	40 / 1,11	40
Самостоятельная работа обучающегося, в том числе:	120 / 3,33	120
Работа с учебной литературой	28 / 0,77	28
Подготовка к занятиям (ПЗ)	28 / 0,77	28
Подготовка к текущему контролю (ПТК)	28 / 0,77	28
Подготовка к промежуточному контролю (ППК)	36 / 1,0	36
Вид промежуточной аттестации	экзамен (Э)	Э
		36

ИТОГО: Общая трудоемкость	час.	216	216
	ЗЕТ	6	6

3.2. Перечень разделов учебной дисциплины и компетенций с указанием соотнесенных с ними тем разделов дисциплины

№ п/п	Индекс компетенции	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела (темы разделов)
1	2	3	4
1.	УК-1, ОПК-1, ПК-1	Основы маркетинга в фармацевтической деятельности	Сущность, содержание и основные этапы развития маркетинга. Особенности фармацевтического маркетинга. Маркетинговая деятельность фармацевтических организаций. Рынок безрецептурных и рецептурных лекарственных препаратов, медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента. Специфика потребностей в сфере фармацевтической деятельности. Мотивации субъектов фармацевтического рынка в области маркетинга. Особенности продвижения безрецептурных и рецептурных лекарственных препаратов. Особенности продвижения медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента. Маркетинговая сегментация фармацевтического рынка. Особенности позиционирования лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента. Контрольная работа.
2.	УК-1, ОПК-1, ПК-1	Маркетинг различных аспектов фармацевтической деятельности	Основы маркетинговых исследований в фармацевтической деятельности. Общая характеристика методов маркетинговых исследований. Основы планирования и проведения маркетинговых исследований в сфере фармацевтической деятельности. Основы проведения аналитических маркетинговых исследований фармацевтического рынка.
3.	УК-1, ОПК-1, ПК-1	Итоговое занятие	Итоговое занятие.

3.3. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Л	ПЗ	СРО	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	III	Основы маркетинга в фармацевтической деятельности	14	28	56	98	ВК, ТК (контрольная работа (7 занятие))
2.	III	Маркетинг различных аспектов фармацевтической деятельности	6	8	28	42	ВК

3.	III	Итоговое занятие	–	4	36	40	ПК
		Итого:	20	40	120	180	

3.4. Название тем лекций и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины

№ п/п	Название тем лекций учебной дисциплины	Семестр 3
		часы
1	2	3
1.	Сущность, содержание и основные этапы развития маркетинга. Особенности фармацевтического маркетинга.	2
2.	Маркетинговая деятельность фармацевтических организаций.	2
3.	Рынок безрецептурных и рецептурных лекарственных препаратов.	2
4.	Рынок медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.	2
5.	Специфика потребностей в сфере фармацевтической деятельности. Мотивации субъектов фармацевтического рынка в области маркетинга.	2
6.	Особенности продвижения безрецептурных и рецептурных лекарственных препаратов, медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.	2
7.	Маркетинговая сегментация фармацевтического рынка. Особенности позиционирования лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента.	2
8.	Основы маркетинговых исследований в фармацевтической деятельности. Общая характеристика методов маркетинговых исследований. Маркетинговая информация в сфере фармацевтической деятельности и методы ее получения.	2
9.	Основы планирования и проведения маркетинговых исследований в сфере фармацевтической деятельности.	2
10.	Основы проведения аналитических маркетинговых исследований фармацевтического рынка.	2
	Итого:	20

3.5. Название тем практических занятий в том числе практической подготовки и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины

№ п/п	Название тем практических занятий учебной дисциплины	Семестр 3
		часы
1	2	3
1.	Сущность, содержание и основные этапы развития маркетинга. Особенности фармацевтического маркетинга. Маркетинговая деятельность фармацевтических организаций.	4
2.	Рынок безрецептурных и рецептурных лекарственных препаратов, медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.	4
3.	Специфика потребностей в сфере фармацевтической деятельности. Мотивации субъектов фармацевтического рынка в области маркетинга.	4
4.	Особенности продвижения безрецептурных и рецептурных лекарственных препаратов.	4
5.	Особенности продвижения медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.	4
6.	Маркетинговая сегментация фармацевтического рынка. Особенности позиционирования лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента.	4
7.	Контрольная работа.	4
8.	Основы маркетинговых исследований в фармацевтической деятельности. Общая характеристика методов маркетинговых исследований. Основы планирования и проведения маркетинговых исследований в сфере фармацевтической деятельности.	4
9.	Основы проведения аналитических маркетинговых исследований фармацевтического рынка.	4

10.	Итоговое занятие.	4
	Итого:	40

3.6. Лабораторный практикум – не предусмотрен

3.7. Самостоятельная работа обучающегося

3.7.1. Виды СР (АУДИТОРНАЯ РАБОТА) – не предусмотрены

3.7.2. Виды СР (ВНЕАУДИТОРНАЯ РАБОТА)

№ п/п	№ семестра	Тема СР	Виды СР	Всего часов
1	2	3	4	5
1.	III	Основы маркетинга в фармацевтической деятельности	Выполнение самостоятельной внеаудиторной работы: подготовка к занятию, работа с учебной литературой, подготовка к текущему контролю.	56
2.	III	Маркетинг различных аспектов фармацевтической деятельности	Выполнение самостоятельной внеаудиторной работы: подготовка к занятию, работа с учебной литературой.	28
3.	III	Итоговое занятие	Выполнение самостоятельной внеаудиторной работы: подготовка к промежуточному контролю.	36
ИТОГО часов в семестре:				120

3.7.3. Примерная тематика контрольных вопросов

1. Особенности фармацевтического маркетинга.
2. Маркетинговая деятельность фармацевтических организаций.
3. Рынок безрецептурных лекарственных препаратов.
4. Рынок рецептурных лекарственных препаратов.
5. Специфика потребностей в сфере фармацевтической деятельности.
6. Мотивации субъектов фармацевтического рынка в области маркетинга.
7. Основы маркетинговых исследований в фармацевтической деятельности.
8. Общая характеристика методов маркетинговых исследований.
9. Основы планирования маркетинговых исследований в сфере фармацевтической деятельности.
10. Основы проведения маркетинговых исследований в сфере фармацевтической деятельности.

4. Оценочные материалы для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины

4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотношенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.

Код и формулировка компетенции УК-1 – способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)

<p>УК-1.1. Выявляет проблемную ситуацию в процессе анализа проблемы, определяет этапы ее разрешения с учетом вариативных контекстов.</p>	<p>Знать основные подходы к выявлению и решению проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные подходы к выявлению и решению проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Владеть навыками выявления и решения проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.</p>	<p>Не знает основные подходы к выявлению и решению проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Не умеет применять основные подходы к выявлению и решению проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Не владеет навыками выявления и решения проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.</p>	<p>Знает только самые основные подходы к выявлению и решению проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Умеет применять только самые основные подходы к выявлению и решению проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Владеет только самыми основными навыками выявления и решения проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.</p>	<p>Знает практический и все основные подходы к выявлению и решению проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Умеет применять практический и все основные подходы к выявлению и решению проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Владеет практическими и всеми основными навыками выявления и решения проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.</p>	<p>Знает все основные подходы к выявлению и решению проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Умеет применять все основные подходы к выявлению и решению проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Владеет всеми основными навыками выявления и решения проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.</p>
<p>УК-1.2. Идентифицирует, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации.</p>	<p>Знать основные подходы к идентификации, критическому анализу и выбору необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные подходы к идентификации</p>	<p>Не знает основные подходы к идентификации, критическому анализу и выбору необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга. Не умеет применять основные подходы к идентификации, критическому анализу и выбору информации для решения профессиональных задач в области</p>	<p>Знает только самые основные подходы к идентификации, критическому анализу и выбору необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга. Умеет применять только самые основные подходы к идентификации, критическому</p>	<p>Знает практический и все основные подходы к идентификации, критическому анализу и выбору необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга. Умеет применять все основные подходы к идентификации, критическому анализу и выбору информации для решения профессиональных</p>	<p>Знает все основные подходы к идентификации, критическому анализу и выбору необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга. Умеет применять все основные подходы к идентификации, критическому анализу и выбору информации для решения профессиональных</p>

	и, критическому анализу и выбору необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга. Владеть навыками идентификации, критического анализа и выбора необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга.	фармацевтического маркетинга. Не владеет навыками идентификации, критического анализа и выбора необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга.	анализу и выбору необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга. Владеет только самыми основными навыками идентификации, критического анализа и выбора необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга.	Умеет применять практические и все основные подходы к идентификации, критическому анализу и выбору необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга. Владеет практическими и всеми основными навыками идентификации, критического анализа и выбора необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга.	задач в области фармацевтического маркетинга. Владеет всеми основными навыками идентификации, критического анализа и выбора необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга.
УК-1.3. Формулирует цели и рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивает их преимущества и риски.	Знать основные подходы к рассмотрению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные подходы к рассмотрению	Не знает основные подходы к рассмотрению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Не умеет применять основные подходы к рассмотрению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.	Знает только самые основные подходы к рассмотрению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Умеет применять только самые основные подходы к рассмотрению	Знает практические и все основные подходы к рассмотрению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Умеет применять	Знает все основные подходы к рассмотрению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Умеет применять все основные подходы к рассмотрению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического

	основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Владеть навыками рассмотрения основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.	Не владеет навыками рассмотрения основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.	основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Владеет только самыми основными навыками рассмотрения основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.	практически все основные подходы к рассмотрению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Владеет практически всеми основными навыками рассмотрения основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.	маркетинга. Владеет всеми основными навыками рассмотрения основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.
УК-1.4. Выдвигает версии решения проблемы, формулирует гипотезы, стратегию действий.	Знать основные подходы к выбору версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные подходы к выбору версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга. Владеть навыками выбора версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга.	Не знает основные подходы к выбору версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга. Не умеет применять основные подходы к выбору версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга. Не владеет навыками выбора версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга.	Знает только самые основные подходы к выбору версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга. Умеет применять только самые основные подходы к выбору версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга. Владеет только самыми основными навыками выбора версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга.	Знает практически все основные подходы к выбору версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга. Умеет применять практически все основные подходы к выбору версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга. Владеет всеми основными навыками выбора версий	Знает все основные подходы к выбору версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга. Умеет применять все основные подходы к выбору версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга. Владеет всеми основными навыками выбора версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга.

				ю основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.	
--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------	--

Код и формулировка компетенции ОПК-1 – Способность к подготовке и применению научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в системе здравоохранения

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
ОПК-1.1. Осуществляет выбор оптимально соответствующих заданным целям научных источников и нормативно-правовой документации	Знать базовые научные источники и основную нормативно-правовую документацию в области фармацевтического маркетинга. Уметь осуществлять выбор оптимально соответствующих заданным целям научных источников и нормативно-правовой документации в области фармацевтического маркетинга. Владеть навыками применения научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтиче	Не знает базовые научные источники и основную нормативно-правовую документацию в области фармацевтического маркетинга. Не умеет осуществлять выбор оптимально соответствующих заданным целям научных источников и нормативно-правовой документации в области фармацевтического маркетинга. Не владеет навыками применения научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга.	Знает только самые основные базовые научные источники и основную нормативно-правовую документацию в области фармацевтического маркетинга. Умеет осуществлять выбор оптимально соответствующих заданным целям только самых основных научных источников и нормативно-правовой документации в области фармацевтического маркетинга. Владет только самыми основными навыками применения научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга.	Знает практический и все основные базовые научные источники и основную нормативно-правовую документацию в области фармацевтического маркетинга. Умеет осуществлять выбор оптимально соответствующих заданным целям практический и всех основных научных источников и нормативно-правовой документации в области фармацевтического маркетинга. Владет всеми основными навыками применения научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга.	Знает все основные базовые научные источники и основную нормативно-правовую документацию в области фармацевтического маркетинга. Умеет осуществлять выбор оптимально соответствующих заданным целям всех основных научных источников и нормативно-правовой документации в области фармацевтического маркетинга. Владет всеми основными навыками применения научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга.

	ского маркетинга.			научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга.	
ОПК-1.2. Планирует, организывает и проводит научное исследование, анализирует и представляет его результаты	Знать основные аспекты планирования, организации и проведения научных исследований в области фармацевтического маркетинга. Уметь анализировать результаты научных исследований в области фармацевтического маркетинга и представлять их результаты. Владеть практическим и навыками анализа результатов научных исследований в области фармацевтического маркетинга и представления их результатов.	Не знает основные аспекты планирования, организации и проведения научных исследований в области фармацевтического маркетинга. Не умеет анализировать результаты научных исследований в области фармацевтического маркетинга и представлять их результаты. Не владеет практическими навыками анализа результатов научных исследований в области фармацевтического маркетинга и представления их результатов.	Знает только самые основные аспекты планирования, организации и проведения научных исследований в области фармацевтического маркетинга. Умеет анализировать только самые основные результаты научных исследований в области фармацевтического маркетинга и представлять их результаты. Владеет практическими навыками анализа только самых основных результатов научных исследований в области фармацевтического маркетинга и представления их результатов.	Знает практический и все основные аспекты планирования, организации и проведения научных исследований в области фармацевтического маркетинга. Умеет анализировать практический и все основные результаты научных исследований в области фармацевтического маркетинга и представлять их результаты. Владеет практическими навыками анализа всех основных результатов научных исследований в области фармацевтического маркетинга и представления их результатов.	Знает все основные аспекты планирования, организации и проведения научных исследований в области фармацевтического маркетинга. Умеет анализировать все основные результаты научных исследований в области фармацевтического маркетинга и представлять их результаты. Владеет практическими навыками анализа всех основных результатов научных исследований в области фармацевтического маркетинга и представления их результатов.

	для анализа нормативно-законодательной базы в области фармацевтического маркетинга.			практическими навыками применения практической и всех основных информационных технологии в профессиональной деятельности и для поиска информации, для анализа нормативно-законодательной базы в области фармацевтического маркетинга.	
ОПК-1.4. Использует информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в системе здравоохранения	Знать основные информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга.	Не знает основные информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга. Не умеет применять основные информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга. Не владеет практическими навыками применения основных информационных технологий для	Знает только самые основные информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга. Умеет применять только самые основные информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга. Владеет практическими навыками применения	Знает практическую и все основные информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга. Умеет применять практические и все основные информационные технологии для подготовки	Знает все основные информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга. Умеет применять все основные информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга. Владеет практическими навыками применения всех основных информационных технологий для

	<p>но-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга. Владеть практически и навыками применения основных информационных технологий для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга.</p>	<p>подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга.</p>	<p>только самых основных информационных технологий для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга.</p>	<p>научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга. Владеет практически и всеми навыками применения практических и всех основных информационных технологий для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга.</p>	<p>подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Код и формулировка компетенции ПК-1 – способность и готовность к организации и проведению научных исследований, к участию в решении научно-практических (прикладных) задач в области общественного здоровья и здравоохранения, к публичному представлению их результатов

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
ПК-1.1. Умеет работать с научной и	Знать основную научную и	Не знает основную научную и справочную	Знает только самую основную научную и	Знает практическую и всю	Знает всю основную научную и справочную

справочной литературой, электронными научными базами (платформами) и владеет современными стратегиями поиска научной информации и научного исследования по актуальной проблеме общественног о здоровья и здравоохранен ия	справочную литературу, электронные научные базы (платформы) в сфере фармацевтиче ского маркетинга. Уметь применять современные стратегии поиска научной информации и научного исследования в области фармацевтиче ского маркетинга. Владеть практическим и навыками применения современных стратегий поиска научной информации и научного исследования в области фармацевтиче ского маркетинга.	литературу, электронные научные базы (платформы) в сфере фармацевтического маркетинга. Не умеет применять современные стратегии поиска научной информации и научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Не владеет практическими навыками применения современных стратегий поиска научной информации и научного исследования в области фармацевтического маркетинга.	справочную литературу, электронные научные базы (платформы) в сфере фармацевтичesk ого маркетинга. Умеет применять только самые основные современные стратегии поиска научной информации и научного исследования в области фармацевтичesk ого маркетинга. Владет практическими навыками применения только самых основных современных стратегий поиска научной информации и научного исследования в области фармацевтичesk ого маркетинга.	основную научную и справочную литературу, электронны е научные базы (платформы) в сфере фармацевти чeskого маркетинга. Умеет применять практическ и все основные современны е стратегии поиска научной информации и научного исследован ия в области фармацевти чeskого маркетинга. Владет практическ ими навыками применения практическ и всех основных современны х стратегий поиска научной информаци и и научного исследован ия в области фармацевти чeskого маркетинга.	литературу, электронные научные базы (платформы) в сфере фармацевтического маркетинга. Умеет применять все основные современные стратегии поиска научной информации и научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Владет практическими навыками применения всех основных современных стратегий поиска научной информации и научного исследования в области фармацевтического маркетинга.
ПК-1.2. Владет алгоритмами и методами проведения научно-практических исследований (изысканий), статистическо	Знать основные алгоритмы и методики проведения научно-практических исследований (изысканий), статистическо	Не знает основные алгоритмы и методики проведения научно-практических исследований (изысканий), статистической обработки результатов и	Знает только самые основные алгоритмы и методики проведения научно-практических исследований (изысканий), статистической	Знает практическ и все основные алгоритмы и методики проведения научно-практичesk их	Знает все основные алгоритмы и методики проведения научно-практических исследований (изысканий), статистической обработки результатов и

<p>й обработки результатов и качественного анализа, осуществляет выбор дизайна исследования, адекватного цели и задачам научного исследования</p>	<p>й обработки результатов и качественного анализа в области фармацевтического маркетинга. Уметь осуществлять выбор дизайна исследования, адекватного цели и задачам научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Владеть практическим и навыками выбора дизайна исследования, адекватного цели и задачам научного исследования в области фармацевтического маркетинга.</p>	<p>качественного анализа в области фармацевтического маркетинга. Не умеет осуществлять выбор дизайна исследования, адекватного цели и задачам научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Не владеет практическими навыками выбора дизайна исследования, адекватного цели и задачам научного исследования в области фармацевтического маркетинга.</p>	<p>обработки результатов и качественного анализа в области фармацевтического маркетинга. Умеет осуществлять выбор только самых основных дизайнов исследования, адекватного цели и задачам научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Владеет практическими навыками выбора только самых основных дизайнов исследования, адекватного цели и задачам научного исследования в области фармацевтического маркетинга.</p>	<p>исследований (изысканий), статистической обработки результатов и качественно анализа в области фармацевтического маркетинга. Умеет осуществлять выбор практических и всех основных дизайнов исследования, адекватного цели и задачам научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Владеет практическими навыками выбора практических и всех основных дизайнов исследования, адекватного цели и задачам научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Владеет практическими навыками выбора практических и всех основных дизайнов исследования, адекватного цели и задачам научного исследования в области фармацевтического маркетинга.</p>	<p>качественного анализа в области фармацевтического маркетинга. Умеет осуществлять выбор всех основных дизайнов исследования, адекватного цели и задачам научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Владеет практическими навыками выбора всех основных дизайнов исследования, адекватного цели и задачам научного исследования в области фармацевтического маркетинга.</p>
<p>ПК-1.3. Демонстрирует готовность к публичному представлению результатов</p>	<p>Знать основные аспекты публичного представления результатов</p>	<p>Не знает основные аспекты публичного представления результатов научного исследования</p>	<p>Знает только самые основные аспекты публичного представления результатов</p>	<p>Знает практические все основные аспекты публичного</p>	<p>Знает все основные аспекты публичного представления результатов научного</p>

научного исследования и умеет представлять результаты научного исследования в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов	научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Уметь представлять результаты научного исследования в области фармацевтического маркетинга в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов. Владеть практическими навыками представления результатов научного исследования в области фармацевтического маркетинга в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов.	области фармацевтического маркетинга. Не умеет представлять результаты научного исследования в области фармацевтического маркетинга в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов. Не владеет практическими навыками представления результатов научного исследования в области фармацевтического маркетинга в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов.	научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Умеет представлять только самые основные результаты научного исследования в области фармацевтического маркетинга в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов. Владеет практическими навыками представления только самых основных результатов научного исследования в области фармацевтического маркетинга в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов.	представлен результатов научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Умеет представлять практические все результаты научного исследования в области фармацевтического маркетинга в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов. Владеет практическими навыками представления результатов научного исследования в области фармацевтического маркетинга в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов.	исследования в области фармацевтического маркетинга. Умеет представлять все результаты научного исследования в области фармацевтического маркетинга в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов. Владеет практическими навыками представления всех результатов научного исследования в области фармацевтического маркетинга в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов.
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по учебной дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
УК-1.1. Выявляет проблемную ситуацию в процессе анализа проблемы, определяет этапы ее разрешения с учетом вариативных контекстов.	Знать основные подходы к выявлению и решению проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные подходы к выявлению и решению проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Владеть навыками выявления и решения проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.	оценочные материалы открытого и закрытого типов
УК-1.2. Идентифицирует, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации.	Знать основные подходы к идентификации, критическому анализу и выбору необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные подходы к идентификации, критическому анализу и выбору необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга. Владеть навыками идентификации, критического анализа и выбора необходимой информации для решения профессиональных задач в области фармацевтического маркетинга.	оценочные материалы открытого и закрытого типов
УК-1.3. Формулирует цели и рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивает их преимущества и риски.	Знать основные подходы к рассмотрению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные подходы к рассмотрению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Владеть навыками рассмотрения основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.	оценочные материалы открытого и закрытого типов
УК-1.4. Выдвигает версии решения проблемы, формулирует гипотезы, стратегию действий.	Знать основные подходы к выбору версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные подходы к выбору версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга. Владеть навыками выбора версий решения основных проблем в области фармацевтического маркетинга.	оценочные материалы открытого и закрытого типов
УК-1.5. Обосновывает целевые индикаторы и оценивает практические последствия реализации действий по разрешению проблемной ситуации.	Знать основные подходы к оценке практических последствий реализации действий по разрешению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные подходы к оценке практических последствий реализации действий по разрешению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга. Владеть практическими навыками оценки практических последствий реализации действий по разрешению основных проблемных ситуаций в области фармацевтического маркетинга.	оценочные материалы открытого и закрытого типов
ОПК-1.1. Осуществляет выбор оптимально соответствующих заданным целям научных источников и нормативно-правовой документации	Знать базовые научные источники и основную нормативно-правовую документацию в области фармацевтического маркетинга. Уметь осуществлять выбор оптимально соответствующих заданным целям научных источников и нормативно-правовой документации в области фармацевтического маркетинга. Владеть навыками применения научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в	оценочные материалы открытого и закрытого типов

	области фармацевтического маркетинга.	
ОПК-1.2. Планирует, организовывает и проводит научное исследование, анализирует и представляет его результаты	Знать основные аспекты планирования, организации и проведения научных исследований в области фармацевтического маркетинга. Уметь анализировать результаты научных исследований в области фармацевтического маркетинга и представлять их результаты. Владеть практическими навыками анализа результатов научных исследований в области фармацевтического маркетинга и представления их результатов.	оценочные материалы открытого и закрытого типов
ОПК-1.3. Использует информационные технологии в профессиональной деятельности для поиска информации, для анализа нормативно-законодательной базы в области профессиональной деятельности	Знать основные информационные технологии в профессиональной деятельности для поиска информации, для анализа нормативно-законодательной базы в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные информационные технологии в профессиональной деятельности для поиска информации, для анализа нормативно-законодательной базы в области фармацевтического маркетинга. Владеть практическими навыками применения основных информационных технологий в профессиональной деятельности для поиска информации, для анализа нормативно-законодательной базы в области фармацевтического маркетинга.	оценочные материалы открытого и закрытого типов
ОПК-1.4. Использует информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в системе здравоохранения	Знать основные информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга. Уметь применять основные информационные технологии для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга. Владеть практическими навыками применения основных информационных технологий для подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации в области фармацевтического маркетинга.	оценочные материалы открытого и закрытого типов
ПК-1.1. Умеет работать с научной и справочной литературой, электронными научными базами (платформами) и владеет современными стратегиями поиска научной информации и научного исследования по актуальной проблеме общественного здоровья и здравоохранения	Знать основную научную и справочную литературу, электронные научные базы (платформы) в сфере фармацевтического маркетинга. Уметь применять современные стратегии поиска научной информации и научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Владеть практическими навыками применения современных стратегий поиска научной информации и научного исследования в области фармацевтического маркетинга.	оценочные материалы открытого и закрытого типов
ПК-1.2. Владеет алгоритмами и методами проведения научно-практических исследований (изысканий), статистической обработки результатов и качественного анализа, осуществляет выбор дизайна исследования, адекватного цели и задачам научного исследования	Знать основные алгоритмы и методики проведения научно-практических исследований (изысканий), статистической обработки результатов и качественного анализа в области фармацевтического маркетинга. Уметь осуществлять выбор дизайна исследования, адекватного цели и задачам научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Владеть практическими навыками выбора дизайна исследования, адекватного цели и задачам научного исследования в области фармацевтического маркетинга.	оценочные материалы открытого и закрытого типов

ПК-1.3. Демонстрирует готовность к публичному представлению результатов научного исследования и умеет представлять результаты научного исследования в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов	Знать основные аспекты публичного представления результатов научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Уметь представлять результаты научного исследования в области фармацевтического маркетинга в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов. Владеть практическими навыками представления результатов научного исследования в области фармацевтического маркетинга в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов.	оценочные материалы открытого и закрытого типов
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------

5. Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины

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

№ п/п	Наименование печатных и (или) электронных образовательных и информационных ресурсов	Наличие печатных и (или) электронных образовательных и информационных ресурсов
Основная литература		
1.	Фармацевтический маркетинг : учебник / под ред. И. А. Наркевича, О. Д. Немытых. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2023. - 624 с. - ISBN 978-5-9704-7568-3, DOI: 10.33029/9704-7568-3-FMN-2023-1-624. - Электронная версия доступна на сайте ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. URL: https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970475683.html	Неограниченный доступ
2.	Управление и экономика фармации : учебник / под ред. И. А. Наркевича. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2019. - 928 с. - ISBN 978-5-9704-5228-8. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970452288.html .	Неограниченный доступ
3.	Управление и экономика фармации [Текст] : учебник : Мин./ авт. коллектив: В. В. Богданов [и др.] ; под ред. проф. И. А. Наркевича. - М. : ГЭОТАР-МЕДИА, 2019. - 923,[6] с.	50
Дополнительная литература		
1.	Гайдаров Г. М. Основы маркетинга в здравоохранении : Учебное пособие / Г. М. Гайдаров, Н. С. Апханова, Н. К. Гришина. - 2-е изд., доп.. - Иркутск : ИГМУ, 2021. - 56 с. - Текст : электронный // ЭБС "Букап" : [сайт]. - URL : https://www.books-up.ru/ru/book/osnovy-marketinga-v-zdravoohranenii-15870473/	Неограниченный доступ
2.	Кинев М. Ю. Инструменты маркетинга в управлении ассортиментом аптечных организаций : Учебно-методическое пособие / М. Ю. Кинев, А. Ю. Петров, О. А. Мельникова. - Екатеринбург : УГМУ, 2015. - 86 с. - ISBN 9785898957391. - Текст : электронный // ЭБС "Букап" : [сайт]. - URL : https://www.books-up.ru/ru/book/instrumenty-marketinga-v-upravlenii-assortimentom-aptechnyh-organizacij-16002840/	Неограниченный доступ

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

1. www.studmedlib.ru (Электронно-библиотечная система «Консультант студента»)
2. <http://e.lanbook.com> (Электронно-библиотечная система «Лань»)
3. <https://www.books-up.ru> (Электронно-библиотечная система «Букап»)
4. <http://library.bashgmu.ru> (База данных «Электронная учебная библиотека»)
5. <http://www.consultant.ru> (Консультант Плюс: справочно-правовая система)

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по учебной дисциплине

6.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по учебной дисциплине

№ п/п	Наименование вида образования, уровня образования, профессии, специальности, направления подготовки (для профессионального образования), подвида дополнительного образования	Наименование объекта, подтверждающего наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объекта, подтверждающего наличие материально-технического обеспечения, (с указанием номера такого объекта в соответствии с документами по технической инвентаризации)
1	2	3	4
1.	Высшее, магистратура, направление подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение, направленность «Управление и экономика в фармацевтической деятельности»	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Мебель: рабочее место для преподавателя (1 преподавательский стол, 1 стул), рабочие места для обучающихся (учебные парты и стулья на 140 посадочных мест), учебная доска. Оборудование: ноутбук, мультимедийный проектор, экран, доступ к сети «Интернет». Учебно-методические материалы: методические указания, тестовые задания, ситуационные задачи.	450010, Республика Башкортостан, г. Уфа, Ленинский р-н, учебный корпус № 11 ФГБОУ ВО БГМУ Минздрава России, кафедра фармации, ул. Летчиков, 2, 2 этаж, 108 кв.м., каб. № 220.
		Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Мебель: рабочее место для преподавателя (2 преподавательских стола, 2 стула), рабочие места для обучающихся (столы ученические и стулья на 44 посадочных места), трибуна (1 шт.), витрина стеклянная для наглядных пособий. Оборудование: доска (1 шт.), доска поворотная (1 шт.), доступ к сети «Интернет». Учебно-методические материалы: методические указания, тестовые задания, ситуационные задачи.	450010, Республика Башкортостан, г. Уфа, Ленинский р-н, учебный корпус № 11 ФГБОУ ВО БГМУ Минздрава России, кафедра фармации, ул. Летчиков, 2, 2 этаж, 54 кв.м., каб. № 217.
		Учебная аудитория для проведения самостоятельной работы обучающихся. Мебель: рабочие места для обучающихся (столы ученические и стулья на 15 посадочных мест). Оборудование: компьютеры (14 шт.) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ФГБОУ ВО БГМУ Минздрава России. Учебно-методические материалы: методические указания.	450010, Республика Башкортостан, г. Уфа, Ленинский р-н, учебный корпус № 11 ФГБОУ ВО БГМУ Минздрава России, кафедра фармации, ул. Летчиков, 2, 2 этаж, 36 кв.м., каб. № 228.

6.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

<http://www.studmedlib.ru/> - многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронно-библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, в том числе аудио, видео, анимации, интерактивным материалам, тестовым заданиям и др.

<http://e.lanbook.com> - электронно-библиотечная система издательства «Лань» - ресурс, включающий в себя электронные версии книг издательства «Лань» и других ведущих издательств учебной литературы по естественным и гуманитарным наукам.

<https://www.books-up.ru/> - электронно-библиотечная система «Букап» - это новый формат библиотечной системы, в которой собраны книги медицинской тематики: электронные версии качественных первоисточников от ведущих издательств со всего мира.

<https://rusneb.ru/> - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ граждан Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры до новейших авторских произведений.

<https://www.ras.ru/> - электронные версии коллекции журналов «Российской академии наук» (РАН)

<https://dlib.eastview.com/> - коллекция журналов «Медицина и здравоохранение» на платформе компании ИВИС. В коллекцию входят журналы как за текущий год, так и архив номеров.

<http://ovidsp.ovid.com/> - полнотекстовая коллекция журналов от ведущего международного медицинского издательства LWW, в которых публикуются актуальные исследования и материалы по различным областям медицины.

<https://link.springer.com/> - полнотекстовая коллекция электронных книг и полнотекстовая политематическая коллекция журналов издательства Springer Nature на английском языке по различным отраслям знаний.

<http://onlinelibrary.wiley.com> - полнотекстовые коллекции, которые включают в себя как текущие, так и архивные выпуски из более чем 1700 журналов издательства John Wiley & Sons, Inc., охватывающие такие области как гуманитарные, естественные, общественные и технические науки, а также сельское хозяйство, медицину и здравоохранение.

<https://www.cochranelibrary.com> - базы данных Кокрейновской библиотеки предоставляют информацию и доказательства для поддержки решений, принимаемых в медицине и других областях здравоохранения, а также информируют тех, кто получает медицинскую помощь. Ресурс позволяет найти информацию о клинических испытаниях, кокрейновских обзорах, некокрейновских систематических обзорах, методологических исследованиях, технологических и экономических оценках по определенной теме или заболеванию.

<https://www.orbit.com/> - база данных патентного поиска, объединяющая информацию о более чем 122 миллионах патентных публикаций, полученную из 120 международных патентных ведомств, включая РосПатент, Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС), Европейскую патентную организацию.

<http://search.ebscohost.com/> - полнотекстовая коллекция, которая включает 144 электронные книги от ведущих научных и университетских издательств и охватывает все дисциплины, изучаемые в медицинском вузе.

<https://nmal.nucleusmedicalmedia.com/home> - база изображений Nucleus Medical Art Library (NMAL). Созданная Nucleus Medical Art, NMAL содержит растущую коллекцию высококачественных иллюстраций и анимаций, изображающих анатомию, физиологию, хирургию, патологию, болезни, состояния, травмы, эмбриологию, гистологию и другие медицинские темы.

www.jaypeedigital.com - комплексная платформа медицинских ресурсов для студентов, преподавателей, научных и медицинских работников охватывает более 60 медицинских специальностей, включая смежные области – стоматологию, уход за больными, физиотерапию, фармакологию. Цифровой контент JAYPEE DIGITAL содержит клиническую диагностику, лабораторные исследования, современные хирургические процедуры, клинические методы от лучших специалистов отрасли по всему миру.

https://eduport-global.com/ - электронная библиотека медицинской литературы от CBS Publishers & Distributors Pvt. Ltd., одного из ведущих издательств на Индийском субконтиненте, известного своими качественными учебниками по медицинским наукам и технологиям.

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

№ п/п	Наименование	Описание	Кол-во	Поставщик	Где установлено
1.	Права на программу для ЭВМ система антивирусной защиты персональных компьютеров Dr.Web Desktop Security Suite Комплексная защита + Центр управления	Антивирусная защита (российское ПО)	2500	ООО «Софтлайн Трейд»	Сервера, кафедры и подразделения Университета
2.	Права на программу для ЭВМ система антивирусной защиты рабочих станций и файловых серверов Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 500-999 Node 1 year Educational Renewal License	Антивирусная защита (российское ПО)	600	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета
3.	Права на программу для ЭВМ Офисное программное обеспечение МойОфис Стандартный	Офисный пакет (российское ПО)	1500	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета
4.	Права на программу для ЭВМ Операционная система для образовательных учреждений Астра Linux Special Edition	Операционная система (российское ПО)	1500	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета
5.	Права на программу для ЭВМ Система контент-фильтрации SkyDNS	Фильтрация интернет-контента (российское ПО)	1	ООО «Софтлайн Трейд»	Сервер
6.	Права на программу для ЭВМ Система для организации и проведения веб-конференций, вебинаров, мастер-классов Mirapolis Virtual Room	Организации веб-конференций, вебинаров, мастер-классов (российское ПО)	1	ООО «Софтлайн Трейд»	Сервер
7.	Права на программу для ЭВМ Система дистанционного обучения Русский Moodle 3KL	Учебный портал (в составе ЭИОС БГМУ) (российское ПО)	1	«Софтлайн Трейд»	Хостинг на внешнем ресурсе
8.	Права на программу для ЭВМ "АИС «БИТ: Управление вузом»"	Электронный деканат (в составе	1	Компания «Первый БИТ»	Сервер

		ЭИОС БГМУ) (российское ПО) (российское ПО)			
9.	Права на программу для ЭВМ «1С-Битрикс: Внутренний портал учебного заведения» (неогр. кол-во пользователей)	Корпоративный портал (в составе ЭИОС БГМУ) (российское ПО)	1	ООО «ВэбСофт»	Сервер
10.	Права на программу для ЭВМ «1С-Битрикс: Управление сайтом - Эксперт»	Сайт ОО (в составе ЭИОС БГМУ) (российское ПО)	1	ООО «ВэбСофт»	Хостинг на внешнем ресурсе
11.	Права на программу для ЭВМ «1С-Битрикс: Сайт учебного заведения»		1	ООО «ВэбСофт»	Хостинг на внешнем ресурсе
12.	Права на программу для ЭВМ "Информационная система управления вузом" (ИСУУ)	в составе ЭИОС БГМУ	1	ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный морской технический университет»	Кафедры и подразделения Университета