

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Павлов Валентин Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 25.05.2026 10:23:31

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

[Подпись] / В.Е. Изосимова

И.О. Фамилия

01

2026 г.

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 – очно-заочная


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 необходимой 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 необходимой 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 необходимой 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 |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | 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. Владеет 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. Владеет 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. Владеет 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 ческого маркетинга. Умеет применять практическ и все основные современны е стратегии поиска научной информации и научного исследован ия в области фармацевти ческого маркетинга. Владет практическ ими навыками применения практическ и всех основных современны х стратегий поиска научной информаци и и научного исследован ия в области фармацевти ческого 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 в</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 |