

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Павлов Валентин Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 20.06.2025 17:25:41

Уникальный программный ключ:

a562210a8a161d1bc9a34c4a0a5e820ac76b9d73665849e6d6db2e5a4e71db6e

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

[Signature] / В.Е. Изосимова

Подпись

И.О. Фамилия

2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

Уровень образования

Высшее – *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: 2025

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) Профессиональный стандарт «Специалист в области управления фармацевтической деятельностью», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «22» мая 2017 г. № 428н;

3) 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 «29» апреля 2025 г., протокол № 4.

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена на заседании кафедры фармации «3» марта 2025 г., протокол № 3.

Заведующий кафедрой  В.А. Катаев

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена УМС Центра инновационных образовательных программ «26» марта 2025 г., протокол № 7.

Председатель УМС

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	28
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	30
6.3.	Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	31

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 технологий 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, организует 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	А/01.7 Планирование деятельности фармацевтической организации	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	А/01.7 Планирование деятельности фармацевтической организации А/02.7 Организация ресурсного обеспечения фармацевтической	решение ситуационных задач.	тестирование, устный опрос, контрольная работа.

	здоровья и здравоохранения, к публичному представлению их результатов	научной информации и научного исследования по актуальной проблеме общественного здоровья и здравоохранения. 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. ПК-1.3. Демонстрирует готовность к публичному представлению результатов научного исследования и умеет представлять результаты научного исследования в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов.	й организации А/05.7 Организация информационной и консультационно й помощи для населения и медицинских работников		
--	---	--	---	--	--

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)	Экзамен
		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 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, критическому анализу и выбору необходимой информации для решения профессиональных задач в области</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.</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 представлять их результаты.	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 практических и всех основных информационных технологий 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 практические 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 практическим 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 практическими 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 информации и научного исследования в области фармацевтического маркетинга. Не владеет практическими навыками применения современных стратегий поиска 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 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 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.</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 и 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 практическим и 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.	Наркевич, И. А. Организация и управление фармацевтической деятельностью : учебное пособие / под ред. И. А. Наркевича. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2021. - 288 с. - ISBN 978-5-9704-6174-7. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970461747.html	Неограниченный доступ
2.	Полинская, Т. А. Правовые основы организации фармацевтической деятельности : учебник / Т. А. Полинская, М. А. Шишов, С. Б. Давидов. - Москва : ГЭОТАР-МЕДИА, 2020. - 377, [7] с.	10
3.	Полинская, Т. А. Правовые основы организации фармацевтической деятельности : учебник / Т. А. Полинская, М. А. Шишов, С. Б. Давидов. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2020. - 384 с. - ISBN 978-5-9704-5310-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970453100.html	Неограниченный доступ
4.	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
5.	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.	Бадакшанов, А. Р. Информационное обеспечение фармацевтической деятельности : учебное пособие / А. Р. Бадакшанов, С. Н. Ивакина. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2022. - 256 с. - ISBN 978-5-9704-6499-1. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970464991.html	Неограниченный доступ
2.	Зырянов, С. К. ФАРМАКОЭКОНОМИКА / С. К. Зырянов, В. И. Петров, А. В. Сабанов - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2011. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/970409169V0027.html	Неограниченный доступ
3.	Кадыров, Ф. Н. Экономические методы оценки эффективности деятельности медицинских учреждений / Кадыров Ф. Н. - Москва : Менеджер здравоохранения, 2011. - 496 с. - ISBN 978-5-903834-15-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785903834150.html	Неограниченный доступ
4.	Организация фармацевтической деятельности: учеб. пособие по управлению и экономике фармации / ГБОУ ВПО "Баш. гос. мед. ун-т МЗ и соц. развития РФ; сост. Г. Ф. Лозовая [и др.]. - Уфа, 2011. - 316 с.	394

5.	Организация фармацевтической деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие по управлению и экономике фармации / ГОУ ВПО БГМУ; сост. Г. Ф. Лозовая [и др.]. - Электрон. текстовые дан. - Уфа, 2011. - Текст: Электронный // БД «Электронная учебная библиотека». – URL: http://library.bashgmu.ru/elibdoc/elib374.doc .	Неограниченный доступ
6.	Организация фармацевтической деятельности. Контрольная работа № 1 по управлению и экономике фармации. Сборник ситуационных задач, тестов и алгоритмов по разделу: "Организация работы товаропроводящей системы фармацевтического рынка / ГБОУ ВПО "Баш. гос. мед. ун-т МЗ и соц. развития РФ"; сост. Г. Ф. Лозовая [и др.]. - Уфа, 2011. - 143 с.	98
7.	Организация фармацевтической деятельности. Контрольная работа № 1 по управлению и экономике фармации. Сборник ситуационных задач, тестов и алгоритмов по разделу: "Организация работы товаропроводящей системы фармацевтического рынка" [Электронный ресурс] / ГБОУ ВПО "Баш. гос. мед. ун-т МЗ и соц. развития РФ"; сост. Г. Ф. Лозовая [и др.]. - Электрон. текстовые дан. - Уфа, 2011. - Текст: Электронный // БД «Электронная учебная библиотека». – URL: http://library.bashgmu.ru/elibdoc/elib366.doc	Неограниченный доступ
8.	Организация учета и отчетности в аптечных учреждениях: учеб. пособие. / Баш. гос. мед. ун-т; сост.: Г. Ф. Лозовая, Т. А. Лиходед. - Уфа: Наука и Образование, 2008. - 215 с.	427
9.	Финансовые аспекты управления экономикой фармацевтической организации: учеб. пособие / ГОУ ВПО БГМУ; сост.: Г. Ф. Лозовая, Т. А. Лиходед, К. В. Лозовая. - Уфа, 2010. - 201 с.	325
10.	Финансовые аспекты управления экономикой фармацевтической организации [Электронный ресурс]: учеб. пособие / ГОУ ВПО БГМУ; сост.: Г. Ф. Лозовая, Т. А. Лиходед, К. В. Лозовая. - Электрон. текстовые дан. - Уфа, 2010. - Текст: Электронный // БД «Электронная учебная библиотека». – URL: http://library.bashgmu.ru/elibdoc/elib273.doc .	Неограниченный доступ

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

1. <https://www.medicinform.net/> (Медицинская информационная сеть)
2. <https://www.studentlibrary.ru/> (Консультант студента)
3. <http://library.bashgmu.ru> (База данных «Электронная учебная библиотека»)
4. www.studmedlib.ru (Электронно-библиотечная система «Консультант студента» для ВПО)
5. <http://e.lanbook.com> (Электронно-библиотечная система «Лань»)
6. <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.	<p>Высшее, магистратура, направление подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение, направленность (профиль) подготовки Управление и экономика в фармацевтической деятельности</p>	<p>Учебный корпус № 11 ФГБОУ ВО БГМУ Минздрава России, кафедра фармации:</p> <p>Учебная аудитория № 220 для проведения занятий лекционного типа, оборудованная мультимедийными и иными средствами обучения: ноутбуком, мультимедийном проектором, экраном; стол (1), учебные парты, стулья, учебная доска; с возможностью подключения к сети «Интернет».</p> <p>Учебная комната № 205 для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудована рабочим местом для преподавателя (1 преподавательский стол, 1 стул); рабочими местами для обучающихся (столы ученические – 26 шт.); доской поворотной – 1 шт., витриной стеклянной для наглядных пособий.</p> <p>Учебная комната № 206 для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудована рабочим местом для преподавателя (1 преподавательский стол, 1 стул); рабочими местами для обучающихся (письменные столы (парты) – 18 шт.); доска поворотная, оборудование «аптечный пункт».</p> <p>Учебная комната № 210 для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудована рабочим местом для преподавателя (1 преподавательский стол, 1 стул); рабочими местами для обучающихся (письменные столы (парты) – 26 шт.); доской поворотной – 1 шт., витриной стеклянной для наглядных пособий.</p> <p>Учебная комната № 217 для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудована рабочим местом для преподавателя (2 преподавательских стола, 1 стул); рабочими местами для обучающихся (письменные столы (парты), 46 посадочных мест); доской настенной – 1 шт., трибуной – 1 шт., витриной стеклянной для наглядных пособий.</p> <p>Учебная комната № 228 для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудована рабочим местом для преподавателя (1 преподавательский стол, 1 стул); рабочими местами для обучающихся (столы для компьютера, 13 посадочных мест), доской маркерной, магнитной, одноэлементной – 1 шт.</p> <p>Учебная комната № 204 – помещение для самостоятельной работы, оборудованное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ФГБОУ ВО БГМУ Минздрава России, рабочими местами для</p>	<p>450010, Республика Башкортостан, г. Уфа, Ленинский р-н, ул. Летчиков, 2, 2 этаж, № 220</p> <p>450010, Республика Башкортостан, г. Уфа, Ленинский р-н, ул. Летчиков, 2, 2 этаж, № 205</p> <p>450010, Республика Башкортостан, г. Уфа, Ленинский р-н, ул. Летчиков, 2, 2 этаж, № 206</p> <p>450010, Республика Башкортостан, г. Уфа, Ленинский р-н, ул. Летчиков, 2, 2 этаж, № 210</p> <p>450010, Республика Башкортостан, г. Уфа, Ленинский р-н, ул. Летчиков, 2, 2 этаж, № 217</p> <p>450010, Республика Башкортостан, г. Уфа, Ленинский р-н, ул. Летчиков, 2, 2 этаж, № 228</p> <p>450010, Республика Башкортостан, г. Уфа, Ленинский р-н, ул. Летчиков, 2, 2 этаж, № 204</p>

		обучающихся (15 посадочных мест), компьютерами (5 шт.), стульями (16 шт.).	
--	--	--	--

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 корпоративная лицензия на специальный набор программных продуктов Microsoft Desktop School ALNG LicSAPk OLVS E 1Y AcademicEdition Enterprise	Операционная система Microsoft Windows + офисный пакет Microsoft Office	200	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета
2.	Права на программу для ЭВМ набор веб-сервисов, предоставляющих доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office для образования Microsoft Office 365 A5 for faculty - Annually	Организация ВКС Microsoft Teams	25	ООО «Софтлайн Трейд»	Лекционные аудитории Кафедры и подразделения Университета
3.	Права на программу для ЭВМ система антивирусной защиты персональных компьютеров Dr.Web Desktop Security Suite Комплексная защита + Центр управления	Антивирусная защита (российское ПО)	1750	ООО «Софтлайн Трейд»	Сервера, кафедры и подразделения Университета
4.	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)	450	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета
5.	Права на программу для ЭВМ Офисное программное обеспечение МойОфис Стандартный	Офисный пакет (российское ПО)	120	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета
6.	Права на программу для ЭВМ Операционная система для образовательных учреждений Астра Linux Common Edition	Операционная система (российское ПО)	40	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета
7.	Права на программу для ЭВМ Система контент-фильтрации SkyDNS	Фильтрация интернет-контента (российское ПО)	1	ООО «Софтлайн Трейд»	Сервер
8.	Права на программу для ЭВМ Система для организации и проведения веб-конференций,	Организации веб-	1	ООО «Софтлайн	Сервер

	вебинаров, мастер-классов Mirapolis Virtual Room	конференций, вебинаров, мастер-классов (российское ПО)		Трейд»	
9.	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
10.	Права на программу для ЭВМ "АИС «БИТ: Управление вузом»"	Электронный деканат (в составе ЭИОС БГМУ) (российское ПО) (российское ПО)	1	Компания «Первый БИТ"	Сервер
11.	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
12.	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
13.	Права на программу для ЭВМ «1С-Битрикс: Сайт учебного заведения»		1	ООО «ВэбСофт»	Хостинг на внешнем ресурсе
14.	Права на программу для ЭВМ пакет для статистического анализа Statistica Basic Academic for Windows 13 Russian/13 English (сетевая)	Пакет для статистического анализа данных	50	ООО «Софтлайн Трейд»	Сервер