

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Павлов Валентин Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 25.02.2022 16:26:54

Уникальный программный ключ:

a562210a8a161d100a1404a3a6208c76b9d736e5b49ce6d06b2e5a4e71d6ee

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Кафедра управления и экономики фармации
с курсом медицинского и фармацевтического товароведения

УТВЕРЖДАЮ

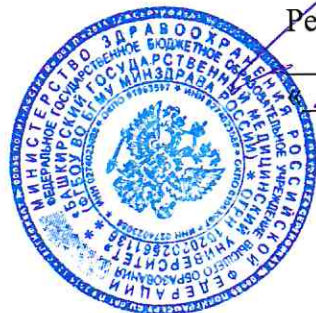
Ректор

В.Н. Павлов

25»

мая

2021 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки общественное здравоохранение – 32.04.01

Направленность управление и экономика в фармацевтической деятельности

Форма обучения очная

Срок освоения ООП 2 года

Курс I

Семестр I

Контактная работа – 96 часов

Лекции – 30 часов

Практические занятия – 66 часа

Самостоятельная работа – 48 часов

Всего часов: 144
зач. ед.: 4

Уфа 20 11 г.

При разработке рабочей программы учебной дисциплины «Фармацевтический маркетинг» в основу положены:

1) ФГОС ВО – магистратура по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение, утвержденный Приказом Министерства образования и науки РФ № 485 от 31 мая 2017 г.


2) Учебный план по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение, утвержденный Ученым советом ФГБОУ ВО БГМУ Минздрава России «25» мая 2021 года (протокол № 6).

3) Профессиональный стандарт «Специалист в области управления фармацевтической деятельностью», утвержденный Приказом Министерства труда и социальной защиты РФ № 428н от 22 мая 2017 г.

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) одобрена на заседании кафедры управления и экономики фармации с курсом медицинского и фармацевтического товароведения от «25» мая 2021 года (протокол № 10)

Заведующий кафедрой _____  подпись Г.Я. Ибрагимова

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена Ученым Советом фармацевтического факультета от «25» мая 2021 года (протокол № 10)

Председатель УМС по специальности _____  подпись Н.В. Кудашкина

Разработчики:

Доцент кафедры управления и экономики фармации с курсом медицинского и фармацевтического товароведения, к.фарм.н.

А.Х. Гайсаров

Заведующий кафедрой управления и экономики фармации с курсом медицинского и фармацевтического товароведения, д.фарм.н., профессор

Г.Я. Ибрагимова

Рецензенты:

Доцент кафедры управления и экономики фармации, фармацевтической технологии и фармакогнозии ФГБОУ ВО ОрГМУ Минздрава России, к.фарм.н.

М.Р. Дударенкова

Директор МУП «Аптека № 120»

Г.М. Алеева

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ:

1.	Пояснительная записка	4
2.	Вводная часть	5
3.	Основная часть	7
3.1.	Объем учебной дисциплины и виды учебной работы	7
3.2.	Разделы учебной дисциплины и компетенции, которые должны быть освоены при их изучении	8
3.3.	Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля	9
3.4.	Название тем лекций и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины	9
3.5.	Название тем практических занятий и количество часов по семестрам изучения дисциплины	10
3.6.	Лабораторный практикум	10
3.7.	Самостоятельная работа обучающихся (СРО)	10
3.8.	Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины	11
3.9.	Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины	12
3.10.	Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины	14
3.11.	Образовательные технологии	14
3.12.	Разделы учебной дисциплины и междисциплинарные связи с последующими дисциплинами	14
4.	Методические рекомендации по организации изучения дисциплины	15
5.	Протоколы согласования рабочей программы дисциплины с другими дисциплинами	
6.	Протоколы утверждения заседания кафедры, ЦМК, УМС	
7.	Рецензии	

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Фармацевтический маркетинг» является одной из базовых дисциплин для формирования профессиональной компетентности специалистов в области маркетинга и основ проведения маркетинговых исследований в сфере фармацевтической деятельности. Использование знаний, умений и навыков, приобретенных при изучении данной дисциплины, позволяет обеспечивать решение различных практических задач в сфере фармацевтической деятельности, для которых требуется проведение маркетинговых исследований.

Настоящая рабочая программа составлена в соответствии с современным уровнем научных знаний в области фармацевтического маркетинга с целью совершенствования методологии учебной дисциплины и повышения качества подготовки специалиста.

Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятия в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков у обучающихся. Освоение учебной дисциплины осуществляется через лекционный курс, практические занятия и самостоятельную работу обучающегося. Для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины используются различные виды контроля: входной, текущий и промежуточный. Программа исходит из требований федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 32.04.01 «Общественное здравоохранение» (уровень магистратуры) и концепции непрерывного образования.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 – способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;

ПКО-7 – способность и готовность принимать обоснованные организационно-управленческие решения в области общественного здоровья и здравоохранения;

ПК-2 – способность и готовность к управлению процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, к использованию маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения;

ПК-4 – способность и готовность к планированию, организации и проведению мероприятий по изучению и моделированию медико-социальных, экономических и других условий, оказывающих влияние на здоровье и качество жизни населения.

2. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

2.1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения учебной дисциплины «Фармацевтический маркетинг» состоит в ознакомлении обучающихся с основами фармацевтического маркетинга, направленными на организацию осуществления квалифицированной фармацевтической деятельности.

При этом *задачами* дисциплины являются:

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

2.2. Место учебной дисциплины в структуре ООП направления подготовки

2.2.1. Учебная дисциплина «Фармацевтический маркетинг» относится к блоку 1 – дисциплины (модули). Изучается на 1 курсе в 1 семестре.

2.2.2. Учебная дисциплина «Фармацевтический маркетинг» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в результате изучения основной образовательной программы (уровень бакалавриата или уровень специалитета) в области основ экономики и экономической теории.

2.3. Требования к результатам освоения учебной дисциплины

2.3.1. Перечислить виды профессиональной деятельности, которые лежат в основе преподавания данной дисциплины.

Область и сфера профессиональной деятельности: образование и наука (в сфере научных исследований); здравоохранение (в сфере организации системы здравоохранения в целях обеспечения общественного здоровья). Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий, научно-исследовательский.

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

№ п/п	Номер/ индекс компетенции с содержанием компетенции (или ее части) / трудовой функции	Номер индикатора компетенции с содержанием (или ее части)	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	–	анализ научной и публицистической литературы, публичное представление полученных результатов.	собеседование, тестирование, контрольная работа.

		<p>информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации.</p> <p>УК-1.3. Формулирует цели и рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивает их преимущества и риски.</p> <p>УК-1.4. Выдвигает версии решения проблемы, формулирует гипотезы, стратегию действий.</p> <p>УК-1.5. Обосновывает целевые индикаторы и оценивает практические последствия реализации действий по разрешению проблемной ситуации.</p>			
2	<p>ПКО-7. Способность и готовность принимать обоснованные организационно-управленческие решения в области общественного здоровья и здравоохранения</p>	<p>ПКО-7.1. Умеет организовать работу в системе общественного здоровья и здравоохранения при эффективном использовании трудовых и экономических ресурсов</p> <p>ПКО-7.2. Демонстрирует готовность к оценке экономических и финансовых рисков и показателей, применяемых в сфере охраны здоровья граждан</p>	<p>A/01.7 Планирование деятельности фармацевтической организации</p> <p>A/02.7 Организация ресурсного обеспечения фармацевтической организации</p> <p>A/03.7 Организация работы персонала фармацевтической организации</p> <p>A/04.7 Управление качеством результатов текущей деятельности фармацевтической организации</p> <p>A/06.7 Управление финансово-экономической деятельностью фармацевтической</p>	<p>решение ситуационных задач.</p>	<p>собеседование, тестирование, контрольная работа.</p>

			организации		
3	ПК-2. Способность и готовность к управлению процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, к использованию маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения	ПК-2.1. Демонстрирует готовность к деятельности по управлению процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи. ПК-2.2. Демонстрирует готовность к использованию маркетинговых технологий области общественного здоровья и здравоохранения.	А/01.7 Планирование деятельности фармацевтической организации А/04.7 Управление качеством результатов текущей деятельности фармацевтической организации	решение ситуационных задач.	собеседование, тестирование, контрольная работа.
4	ПК-4. Способность и готовность к планированию, организации и проведению мероприятий по изучению и моделированию медико-социальных, экономических и других условий, оказывающих влияние на здоровье и качество жизни населения.	ПК-4.1. Демонстрирует готовность к оценке и моделированию медико-социальных, экономических и других условий, оказывающих влияние на здоровье и качество жизни населения. ПК-4.2. Умеет выбрать приоритеты и организовать выполнение наиболее эффективных мероприятий, прикладных и практических проектов, направленных на здоровьесбережение.	А/01.7 Планирование деятельности фармацевтической организации А/05.7 Организация информационной и консультационной помощи для населения и медицинских работников	решение ситуационных задач.	собеседование, тестирование, контрольная работа.

3. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

3.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов / зачетных единиц	Семестр
		I часов
Контактная работа (всего), в том числе:	96 / 2,67	96 / 2,67
Лекции (Л)	30 / 0,83	30 / 0,83
Практические занятия (ПЗ)	66 / 1,84	66 / 1,84
Семинары (С)	–	–
Лабораторные работы (ЛР)	–	–

Самостоятельная работа обучающегося (СРО), в том числе:		48 / 1,33	48 / 1,33
<i>Подготовка к занятиям (ПЗ)</i>		12 / 0,33	12
<i>Работа с учебной литературой</i>		8 / 0,22	8
<i>Подготовка к текущему контролю (ПТК)</i>		10 / 0,28	10
<i>Подготовка к промежуточному контролю (ППК)</i>		18 / 0,50	18
Вид промежуточной аттестации	зачет (З)	–	–
	экзамен (Э)	–	–
ИТОГО: Общая трудоемкость	час.	144	144
	ЗЕТ	4	4

3.2. Разделы учебной дисциплины и компетенции, которые должны быть освоены при их изучении

№ п/п	№ компетенции	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах (темы разделов)
1.	УК-1, ПКО-7, ПК-2, ПК-4	Основы маркетинга в фармацевтической деятельности	<p>Сущность, содержание и основные этапы развития маркетинга.</p> <p>Особенности фармацевтического маркетинга.</p> <p>Маркетинговая деятельность фармацевтических организаций.</p> <p>Рынок безрецептурных и рецептурных лекарственных препаратов.</p> <p>Рынок медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.</p> <p>Специфика потребностей в сфере фармацевтической деятельности.</p> <p>Мотивации субъектов фармацевтического рынка в области маркетинга.</p> <p>Особенности продвижения безрецептурных и рецептурных лекарственных препаратов.</p> <p>Особенности продвижения медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.</p> <p>Маркетинговая сегментация фармацевтического рынка.</p> <p>Особенности позиционирования лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента.</p> <p>Контрольная работа.</p>
2.	УК-1, ПКО-7, ПК-2, ПК-4	Маркетинг различных аспектов фармацевтической деятельности	<p>Основы маркетинговых исследований в фармацевтической деятельности. Общая характеристика методов маркетинговых исследований.</p> <p>Маркетинговая информация в сфере фармацевтической деятельности. Методы получения маркетинговой информации.</p> <p>Основы планирования и проведения маркетинговых исследований в сфере фармацевтической деятельности.</p>

			Основы проведения аналитических маркетинговых исследований фармацевтического рынка. Особенности проведения различных видов аналитических маркетинговых исследований.
3.	УК-1, ПКО-7, ПК-2, ПК-4	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.	I	Основы маркетинга в фармацевтической деятельности	20	50	20	90	ВК, ТК (в т.ч. контрольная работа (10 занятие, I семестр))
2.	I	Маркетинг различных аспектов фармацевтической деятельности	10	15	10	35	ВК, ТК
3.	I	Итоговое занятие	–	1	18	19	ВК, ТК, ПК
Итого:			30	66	48	144	

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

№ п/п	Название тем лекций учебной дисциплины	Семестр
		I
1.	Сущность, содержание и основные этапы развития маркетинга.	2
2.	Особенности фармацевтического маркетинга. 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.	2
6.	Мотивации субъектов фармацевтического рынка в области маркетинга.	2
7.	Особенности продвижения безрецептурных и рецептурных лекарственных препаратов.	2
8.	Особенности продвижения медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.	2
9.	Маркетинговая сегментация фармацевтического рынка.	2
10.	Особенности позиционирования лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента.	2
11.	Основы маркетинговых исследований в фармацевтической деятельности. Общая характеристика методов маркетинговых исследований.	2
12.	Маркетинговая информация в сфере фармацевтической деятельности. Методы получения маркетинговой информации.	2
13.	Основы планирования и проведения маркетинговых исследований в сфере	2

	фармацевтической деятельности.	
14.	Основы проведения аналитических маркетинговых исследований фармацевтического рынка.	2
15.	Особенности проведения различных видов аналитических маркетинговых исследований.	2
	Итого	30

3.5. Название тем практических занятий и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины.

№ п/п	Название тем практических занятий базовой части дисциплины по ФГОС и формы контроля	Объем по семестрам
		I
1.	Сущность, содержание и основные этапы развития маркетинга. Особенности фармацевтического маркетинга. Маркетинговая деятельность фармацевтических организаций.	5
2.	Рынок безрецептурных и рецептурных лекарственных препаратов.	5
3.	Рынок медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.	5
4.	Специфика потребностей в сфере фармацевтической деятельности.	5
5.	Мотивации субъектов фармацевтического рынка в области маркетинга.	5
6.	Особенности продвижения безрецептурных и рецептурных лекарственных препаратов.	5
7.	Особенности продвижения медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.	5
8.	Маркетинговая сегментация фармацевтического рынка.	5
9.	Особенности позиционирования лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента.	5
10.	Контрольная работа.	5
11.	Основы маркетинговых исследований в фармацевтической деятельности. Общая характеристика методов маркетинговых исследований. Основы планирования и проведения маркетинговых исследований в сфере фармацевтической деятельности.	5
12.	Основы проведения аналитических маркетинговых исследований фармацевтического рынка.	5
13.	Особенности проведения различных видов аналитических маркетинговых исследований.	5
14.	Итоговое занятие.	1
	Итого:	66

3.6. Лабораторный практикум – не предусмотрен.

3.7. Самостоятельная работа обучающегося

3.7.1. Виды СРО

№ п/п	Семестр	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
1.	I	Основы маркетинга в фармацевтической деятельности	Выполнение <i>самостоятельной внеаудиторной работы</i> : подготовка к занятию, работа с учебной литературой,	20

			подготовка к текущему контролю.	
2.	I	Маркетинг различных аспектов фармацевтической деятельности	Выполнение <i>самостоятельной внеаудиторной работы</i> : подготовка к занятию, работа с учебной литературой, подготовка к текущему контролю.	10
3.	I	Итоговое занятие	Выполнение <i>самостоятельной внеаудиторной работы</i> : подготовка к занятию, работа с учебной литературой, подготовка к текущему контролю, подготовка к промежуточному контролю.	18
ИТОГО часов в семестре				48

3.7.2. Примерная тематика контрольных вопросов

Вопросы к занятию «Основы маркетинговых исследований в фармацевтической деятельности. Общая характеристика методов маркетинговых исследований. Основы планирования и проведения маркетинговых исследований в сфере фармацевтической деятельности»

1. Основы маркетинговых исследований в фармацевтической деятельности.
2. Общая характеристика методов маркетинговых исследований.
3. Основы планирования маркетинговых исследований в сфере фармацевтической деятельности.
4. Основы проведения маркетинговых исследований в сфере фармацевтической деятельности.

3.8. Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины

3.8.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств

№ п/п	№ семестра	Виды контроля	Наименование раздела учебной дисциплины	Оценочные средства		
				Форма	Кол-во вопросов в задании	Кол-во независимых вариантов
1.	I	ВК, ТК	Основы маркетинга в фармацевтической деятельности	Тесты, собеседование, контрольная работа	10 1	5 15
2.	I	ВК, ТК	Маркетинг различных аспектов фармацевтической деятельности	Тесты, собеседование	10 1	5 15
3.	I	ВК, ТК, ПК	Итоговое занятие	Тесты, собеседование, фонд тестовых заданий по дисциплине к I этапу зачета, фонд контрольных	10 1 100	5 15 15

				вопросов к II этапу зачета, фонд контрольных вопросов к III этапу зачета.	3	20
				вопросов к III этапу зачета.	3	20

3.8.2. Примеры оценочных средств:

Для входного контроля (ВК)	1. ДАЙТЕ ТЕРМИН СЛЕДУЮЩЕМУ ОПРЕДЕЛЕНИЮ: «МЕТОД РАЗДЕЛЕНИЯ СУЩЕСТВУЮЩИХ ИЛИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ПРЕДЕЛАХ КОНКРЕТНОГО РЫНКА НА ГРУППЫ» 1) системный анализ 2) целевой анализ 3) сегментационный анализ 4) социологический опрос
Для текущего контроля (ТК)	1. Основы маркетинговых исследований в фармацевтической деятельности. 2. Общая характеристика методов маркетинговых исследований. 3. Основы планирования и проведения маркетинговых исследований в сфере фармацевтической деятельности.
Для промежуточного контроля (ПК)	Образец билета к итоговому занятию: 1. Особенности фармацевтического маркетинга. Маркетинговая деятельность фармацевтических организаций. 2. Рынок безрецептурных и рецептурных лекарственных препаратов. 3. Особенности позиционирования лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента.

3.9. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины

Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год, место издания	Кол-во экземпляров	
				в библиотеке	на кафедре
1.	Управление и экономика фармации / под ред. И.А. Наркевича. - 928 с. - Текст: электронный // URL: http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970442265.html	под ред. И.А. Наркевича	М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017	Неограниченный доступ	–
2.	Управление и экономика фармации [Текст] : учебник. - 923,[6] с.	авт. коллектив: В.В. Богданов [и др.]; под ред. проф. И.А. Наркевича	М.: ГЭОТАР-МЕДИА, 2019	50	–
3.	Информационное обеспечение фармацевтической деятельности: учебное пособие. – 256 с. – Текст: электронный // URL: http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970464991.html	А.Р. Бадакшанов, С.Н. Ивакина	М.: ГЭОТАР-Медиа, 2022	Неограниченный доступ	–

Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год, место издания	Кол-во экземпляров	
				в библиотеке	на кафедре
1.	Фармакоэкономика [Электронный ресурс]. - Электрон. текстовые дан. - on-line. - Режим доступа: ЭБС «Консультант студента» http://www.studmedlib.ru/book/970409169V0027.html	С.К. Зырянов, В.И. Петров, А.В. Сабанов	М.: ГЭОТАР-Медиа, 2011.	Неограниченный доступ	—
2.	Экономические методы оценки эффективности деятельности медицинских учреждений [Электронный ресурс] / - Электрон. текстовые дан. - on-line. - Режим доступа: ЭБС «Консультант студента» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785903834150.html	Ф.Н. Кадыров.	М.: ИД «Менеджер здравоохранения», 2011.	Неограниченный доступ	—
3.	Организация фармацевтической деятельности: учеб. пособие по управлению и экономике фармации – 316 с.	сост. Г. Ф. Лозовая [и др.]	Уфа: ГБОУ ВПО «Баш. гос. мед. ун-т» МЗ и соц. развития РФ, 2011.	394	—
4.	Организация фармацевтической деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие по управлению и экономике фармации. - Электрон. текстовые дан. - on-line. - Режим доступа: БД «Электронная учебная библиотека» http://library.bashgmu.ru/elibdoc/elib374.doc	сост. Г. Ф. Лозовая [и др.]	Уфа: ГБОУ ВПО «Баш. гос. мед. ун-т» МЗ и соц. развития РФ, 2011.	Неограниченный доступ	—
5.	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»	сост. Г. Ф. Лозовая [и др.]	Уфа: ГБОУ ВПО «Баш. гос. мед. ун-т» МЗ и соц. развития РФ, 2011. – 143 с.	98	—
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» [Электронный ресурс] - on-line. - Режим доступа: БД «Электронная учебная библиотека» http://library.bashgmu.ru/elibdoc/elib3	сост. Г. Ф. Лозовая [и др.]	Уфа: ГБОУ ВПО «Баш. гос. мед. ун-т» МЗ и соц. развития РФ, 2011.	Неограниченный доступ	—

	66.doc				
7.	Организация учета и отчетности в аптечных учреждениях: учеб. пособие / Баш. гос. мед. ун-т. – 215 с.	сост.: Г.Ф. Лозовая, Т.А. Лиходед	Уфа: Наука и Образование, 2008.	427	–
8.	Финансовые аспекты управления экономикой фармацевтической организации: учеб. пособие	сост.: Г. Ф. Лозовая, Т.А. Лиходед, К. В. Лозовая.	Уфа: ГОУ ВПО БГМУ, 2010. - 201 с.	325	–
9.	Финансовые аспекты управления экономикой фармацевтической организации [Электронный ресурс]: учеб. пособие - Режим доступа: БД «Электронная учебная библиотека» http://library.bashgmu.ru/elibdoc\elib273.doc	сост.: Г. Ф. Лозовая, Т.А. Лиходед, К. В. Лозовая.	Уфа: ГОУ ВПО БГМУ, 2010.	Неограниченный доступ	–
10.	Консультант Плюс: справочно-правовая система. Раздел: Медицина и фармацевтика [Электронный ресурс] / ЗАО «Консультант Плюс». – Электрон. поисковая программа. - М., [1992 -]. – Режим доступа: локальная сеть научной библиотеки БГМУ.	–	–	Неограниченный доступ	–
11.	Электронно-библиотечная система «Консультант студента» для ВПО	–	–	www.studmedlib.ru	–
12.	Электронная учебная библиотека	–	–	http://library.bashgmu.ru	–
13.	Консультант Плюс: справочно-правовая система	–	–	http://www.consultant.ru/	–

3.10. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины

Аудитории, оснащённые наборами медицинских изделий, аптечной и лабораторной посудой, упаковками лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента. Мультимедийный комплекс (ноутбук, проектор, экран), телевизор, видеомаягнитофон. Наборы мультимедийных наглядных материалов по различным разделам дисциплины. Ситуационные задачи, тестовые задания по изучаемым темам. Доски.

3.11. Образовательные технологии

Используемые образовательные технологии при изучении учебной дисциплины «Фармацевтический маркетинг»: 60% интерактивных занятий от объема контактной работы.

Примеры интерактивных форм и методов проведения занятий: мультимедийное сопровождение результатов работ обучающихся, модульное обучение, развитие критического мышления, проблемное обучение, информационно-коммуникационные технологии.

3.12. Разделы учебной дисциплины и междисциплинарные связи с последующими дисциплинами

№ п/п	Наименование последующих дисциплин	Разделы данной дисциплины, необходимые для изучения последующих дисциплин
-------	------------------------------------	---

		1	2
1.	Экономика и финансирование в фармацевтической деятельности	+	+
2.	Правовые основы фармацевтической деятельности	+	+
3.	Стратегическое планирование. Управление проектами в фармацевтической деятельности	+	+
4.	Особенности профессионального взаимодействия специалистов в области медицины и фармации	+	+
5.	Основы трудового законодательства в фармацевтической деятельности	+	+
6.	Административно-управленческая практика	+	+
7.	Проектная практика (преддипломная)	+	+
8.	Научно-исследовательская работа	+	+

4. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

Обучение складывается из контактной работы (96 час.), включающих лекционный курс (30 час.), практические занятия (66 час.) и самостоятельной работы (48 час.). Основное учебное время выделяется на практические занятия по фармацевтическому маркетингу.

При изучении учебной дисциплины необходимо использовать инновационные формы обучения, современные оценочные средства контроля успеваемости и освоить практические умения применять основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки научной и профессиональной информации; получать информацию из различных источников, в том числе с использованием современных компьютерных средств, сетевых технологий, баз данных и знаний.

Практические занятия проводятся с использованием наглядных пособий.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО в учебном процессе широко используются активные и интерактивные формы проведения занятий (образовательные технологии: информационные технологии, работа в команде, самостоятельная работа и т.д.). Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 60% от контактной работы.

Самостоятельная работа обучающихся подразумевает подготовку к практическим занятиям, подготовку к контрольной работе и включает работу с учебной литературой.

Работа с учебной литературой рассматривается как вид учебной работы по дисциплине «Фармацевтический маркетинг» и выполняется в пределах часов, отводимых на её изучение (в разделе СРО).

Каждый обучающийся обеспечен доступом к библиотечным фондам университета и кафедры.

По каждому разделу учебной дисциплины разработаны методические рекомендации для студентов и методические указания для преподавателей.

Во время изучения учебной дисциплины обучающиеся самостоятельно проводят анализ имеющейся литературы по дисциплине.

Работа обучающегося в группе формирует чувство коллективизма и коммуникабельность.

Обучение студентов способствует воспитанию у них навыков общения с учетом этико-деонтологических особенностей и правил.

Самостоятельная работа способствует формированию правомерного поведения, аккуратности, дисциплинированности.

Исходный уровень знаний обучающихся определяется тестированием, текущий контроль усвоения предмета определяется устным опросом в ходе занятий, ответами на

тестовые задания.

В конце изучения учебной дисциплины проводится промежуточный контроль знаний с использованием тестового контроля, с проверкой практических умений и решением ситуационных задач.

Вопросы по учебной дисциплине включены в фонд контрольных вопросов к III этапу зачета по данной дисциплине.

Выписка

из протокола № 10 от «25» мая 2021 г.

заседания кафедры управления и экономики фармации с курсом медицинского и фармацевтического товароведения

На основании представленных материалов, кафедра управления и экономики фармации с курсом медицинского и фармацевтического товароведения подтверждает, что:

1. Рабочая программа, методические и оценочные материалы подготовлены удовлетворительно с методической и научной точек зрения.
2. Рабочая программа, методические и оценочные материалы соответствуют ФГОС ВО по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение (уровень магистратуры).
3. Объем часов дисциплины 144 ч. соответствует учебному плану по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение (уровень магистратуры), направленность «Управление и экономика в фармацевтической деятельности».
4. На рабочую программу, методические и оценочные материалы имеются 2 положительные рецензии.
5. Кафедра управления и экономики фармации с курсом медицинского и фармацевтического товароведения рекомендует рабочую программу, методические и оценочные материалы по дисциплине «Фармацевтический маркетинг» по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение (уровень магистратуры), направленность «Управление и экономика в фармацевтической деятельности» к утверждению.

Зав. кафедрой управления и экономики
фармации с курсом медицинского и
фармацевтического товароведения,
д.фарм.н., профессор

Г.Я. Ибрагимова

Секретарь

Т.В. Шубина

ВЫПИСКА

из протокола № 9 заседания ЦМК

фармацевтических дисциплин

«25» мая 2021 г.

На основании представленных материалов ЦМК подтверждает, что:

1. Рабочая программа, методические и оценочные материалы подготовлены удовлетворительно с методической и научной точек зрения.
2. Рабочая программа, методические и оценочные материалы соответствуют ФГОС ВО по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение (уровень магистратуры).
3. Объем часов дисциплины 144 ч. соответствует учебному плану по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение (уровень магистратуры), направленность «Управление и экономика в фармацевтической деятельности».
4. На рабочую программу, методические и оценочные материалы имеются 2 положительные рецензии.
5. ЦМК рекомендует рабочую программу, методические и оценочные материалы по дисциплине «Фармацевтический маркетинг» по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение (уровень магистратуры), направленность «Управление и экономика в фармацевтической деятельности» к утверждению.

Председатель ЦМК, доцент



Э.Х. Галиахметова

Секретарь ЦМК, доцент



В.В. Петрова

ВЫПИСКА

из протокола № 10 от 25 мая 2021 г.

совместного заседания Ученого совета фармацевтического факультета и
Учебно-методического совета по специальности Фармация

Повестка дня: об утверждении рабочей программы, методических и оценочных материалов по дисциплине «Фармацевтический маркетинг» для обучающихся по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение, направленность «Управление и экономика в фармацевтической деятельности».

Постановили: на основании представленных материалов утвердить рабочую программу, методические и оценочные материалы по дисциплине «Фармацевтический маркетинг» для обучающихся по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение, направленность «Управление и экономика в фармацевтической деятельности».

Председатель УС фармацевтического
факультета и УМС по специальности
фармация, профессор, д.фарм.н.

Н.В. Кудашкина

Секретарь Ученого совета, доцент

М.И. Сорокина

Секретарь УМС, доцент

С.Н. Ивакина