Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ковтун Ольга Петровна
Должность: ректор
Дата подписания: 27.11.2023 09:43:22
Уникальный программный ключ:
f590ada38fac7f9d3be3160b34c218b7d19739e

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Уральский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

Кафедра управления и экономики фармации, фармакогнозии

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике,
д.м.н., доцент Т.В. Бородулина
_____
«26» мая 2023 г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.В.07 ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

Направление подготовки: 33.04.01 Промышленная фармация
Профиль – Управление системой качества и промышленным производством лекарственных средств
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Программа подготовки – прикладная магистратура

Екатеринбург
2023 год

Рабочая программа дисциплины «Фармацевтический маркетинг» разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по специальности 33.04.01 Промышленная фармация (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 26 июля 2017 г. №705 и с учетом требований профессиональных стандартов:

- 02.016 «Специалист по промышленной фармации в области производства лекарственных средств», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской федерации от 22 мая 2017 года №430н;
- 02.011 «Специалист по валидации (квалификации) фармацевтического производства», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 мая 2017 г. N 434н;
- 02.013 «Специалист по промышленной фармации в области контроля качества лекарственных средств», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 мая 2017 г. N 431н;
- 02.010 «Специалист по промышленной фармации в области исследований лекарственных средств», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22.05.2017 № 432н.

Разработчики рабочей программы дисциплины

№	ФИО	Должность	Ученая степень	Ученое звание
1	Мельникова Ольга Александровна	Профессор кафедры фармации и химии	д.фарм.н.	доцент
2	Каримова Алиса Алексеевна	Доцент кафедры управления и экономики фармации, фармакогнозии	к.фарм.н.	

Рабочая программа рецензирована: д.ф.н., доцент, Гаврилов Андрей Станиславович, профессор кафедры фармации и химии ФГБОУ ВО УГМУ Минздрава России

Рабочая программа дисциплины обсуждена и одобрена на заседании кафедры фармации и химии от «04» апреля 2023 г. протокол № 9.
Обсуждена и одобрена Методической комиссией специальностей магистратуры от «05» апреля 2023 г. протокол № 4.

1. Цель изучения дисциплины

Цель дисциплины - дать обучающимся углубленные знания б основополагающих организационных функциях по продвижению продукта на фармацевтический рынок и получению прибыли. Подготовить выпускника, способного выполнять трудовые функции, относящиеся к научно-исследовательской; организационно-управленческой и производственно-технологической деятельности.

Задачи дисциплины:

- формирование навыков использования маркетингового мышления;
- выработка умений и навыков по анализу и работе с маркетинговыми исследованиям медицинских и фармацевтических товаров;
- освоение методик анализа факторов, влияющих на потребительские свойства фармацевтических товаров в системе товародвижения;
- формирование умений идентифицировать товары по их ассортиментной группе, оценивать качество и соответствие товаров требованиям технических регламентов и государственных стандартов, делать объективные выводы о возможности использования товаров в медицинской и фармацевтической практике.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Фармацевтический маркетинг» относится к вариативным дисциплинам учебного плана - части, формируемой участниками образовательных отношений, изучается в 3 семестре.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на овладение следующими компетенциями:

***универсальными*:**

УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действия;

профессиональными:

ПК-3 - Способен к руководству работами по государственной регистрации и пострегистрационному мониторингу лекарственных препаратов;

Процесс изучения дисциплины направлен на обучение, воспитание и формирование у выпускника компетенций, необходимых для выполнения трудовых функций и трудовых действий согласно профессиональным стандартам:

Категория универсальных компетенций	**Код и наименование универсальной компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции**
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действия	ИД-1УК-1 Способен критически анализировать и обобщать положение предметной области современного фармацевтического маркетинга с учетом рыночных процессов. ИД-2УК-1. Способен использовать теоретические положения фармацевтического маркетинга для интерпретации и прогнозирования явлений и процессов в маркетинговой среде. ИД-3УК-1. Способен осуществлять маркетинговую деятельность на основе понимания сущности и содержания теории фармацевтического маркетинга и функциональных связей между ее составляющими. ИД-4УК-1. Способен корректно применять

		методы, приемы и инструменты фармацевтического маркетинга. ИД-5УК-1. Способен определять влияние функциональных областей фармацевтического маркетинга на результаты хозяйственной деятельности субъектов фармацевтического рынка.

Код и наименование ПК	**Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции**
ПК-3. Способен к руководству работами по государственной регистрации и пострегистрационному мониторингу лекарственных препаратов	ИД-1ПК-3. Анализирует и прогнозирует рыночные явления и процессы на основе применения фундаментальных принципов, теоретических знаний и прикладных навыков осуществления маркетинговой деятельности. ИД-2ПК-3. Применяет приобретенные теоретические знания для решения практических задач в сфере фармацевтического маркетинга. ИД-3ПК-3. Собирает и анализирует необходимую информацию, рассчитывает экономические и маркетинговые показатели, обосновывать управленческие решения на основе использования необходимого аналитического и методического инструментария. ИД-4ПК-3. Выявляет и анализирует ключевые характеристики маркетинговых систем разного уровня, а также особенности поведения их субъектов по пострегистрационному мониторингу лекарственных препаратов. ИД-5ПК-3. Определяет функциональные области маркетинговой деятельности субъекта фарм рынка и их взаимосвязи в системе управления, рассчитывает соответствующие показатели, характеризующие результативность такой деятельности. ИД-6ПК-3. Использует цифровые, информационные и коммуникационные технологии, а также программные продукты, необходимые для маркетинговой деятельности и практического применения маркетингового инструментария на фармацевтическом рынке. ИД-7ПК-3. Объясняет информацию, идеи, проблемы и альтернативные варианты принятия управленческих решений специалистам и неспециалистам в области маркетинга, представителям различных структурных подразделений фарм рынка субъекта. ИД-8ПК-3. Демонстрирует умение применять междисциплинарный подход и осуществлять маркетинговые функции фарм рынка субъекта. ИД-9ПК-3. Демонстрирует навыки самостоятельной работы, гибкого мышления, открытости к новым знаниям, восприимчив к критике и самокритике.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

Знать:

Знать свои социальные и общественные права и обязанности в области лекарственного обеспечения, закономерности функционирования современной экономики и роль фармацевтического маркетинга в ней. Основные понятия маркетинга, расчет и анализ современной системы показателей в маркетинге. Структуры и стратегии маркетинга и менеджмент в аптеке розничной аптеке, аптеке медицинской организации, в оптовом звене, на промышленном предприятии;

Уметь:

Проводить маркетинговые исследования; находить пути сбора информации и получения прогнозных оценок. Оценивать рынок, а также потенциальные и реальные возможности предприятия (фирмы); выявлять проблемы маркетингового характера при анализе конкретных ситуаций и предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; использовать данные маркетинговых прогнозов. Анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики об экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции их изменения. представлять результаты исследования продуктов , цен, эффективности рекламной деятельности в виде выступления, доклада, информационного обзора.

Владеть:

Методологией экономического анализа с акцентом на маркетинговые исследования; современными методами сбора и обработки данных для экономического анализа; методами и приемами анализа экономических явлений и процессов; современными методиками расчета и анализа социально – экономических показателей, характеризующих потребление ЛС и процессы.

4. Объем и вид учебной работы

Виды учебной работы	Трудоёмкость	Семестры			
	часы	1	2	3	4
Контактная работа (по учеб. зан.), всего	36 (1 з.е.)			36	
В том числе:					
Лекции	12			12	
Практические занятия	24			24	
Самостоятельная работа (всего)	72 (2 з.е.)			72	
в том числе:					
Реферат (проект)					
Другие виды самостоятельной работы					
Вид аттестации по дисциплине: (рубежные, промежуточный)	зачет				
Общий объем дисциплины	108 (3 з.е.)			108	

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание раздела и дидактических единиц (дидактическая единица)

Раздел (ДЕ) и код компетенции, для формирования которой данный раздел необходим.	Основное содержание раздела, дидактической единицы (тема, основные закономерности, понятия, термины и т.п.)
ДЕ 1. Особенности формирования фармацевтического рынка. Сущность маркетинга, его виды и концепции.	Общие положения фармацевтического маркетинга. Характеристика фармацевтического рынка Составляющие маркетинговой деятельности медицинских и фармацевтических организаций. Маркетинговый подход к усовершенствованию организации управления здравоохранения в условиях рынка.

УК-1; ПК-3	Концепция маркетинга. Цель и задачи маркетинговой деятельности в условиях рынка Производственное и рыночное мышление. Виды маркетинга. Этапы развития маркетинга. Среда маркетинга. Сущность предпринимательских концепций, применяющих маркетинг.
ДЕ 2. Исследование рынка фармацевтических товаров. УК-1; ПК-3	Сущность и классификация маркетинговых исследований. Организация процесса маркетинговых исследований рынка. Классификация рекламных исследований. Основные принципы и этапы процесса рекламного исследования. Технология маркетингового исследования потребителей лекарственных средств. Способ связи с аудиторией. Изучение поведения потребителей лекарственных средств на фармацевтическом рынке. Процесс принятия решения о покупке безрецептурного препарата. Процесс принятия решения о назначении врачом рецептурных препаратов конечным потребителям. Моделирование покупательского поведения оптовой фирмы и аптеки – потребителя на фармацевтическом рынке. Процесс принятия решения по отбору лекарств для закупки медицинскими организациями.
ДЕ 3. Товар на фармацевтическом рынке УК-1; ПК-3	Ассортиментная политика фармацевтических и медицинских организаций. Классификация лекарственных средств, изделий медицинского назначения. Характеристика ассортимента. Расширение ассортимента лекарственных средств и фармацевтических услуг. Разработка новых лекарственных средств. Инновации в медицине и фармации. Концепция нового лекарственного средства. Этапы разработки нового лекарственного средства. Жизненный цикл лекарственного средства. Конкурентоспособность лекарственного средства. Методики определения конкурентоспособности. Товарные знаки, бренды и упаковки лекарственных средств Сущность, функции и стратегии использования товарных знаков. Сущность, функции и характеристики бренда. Виды и функции упаковкилекарственных средств. Система штрихового кодирования и маркировки. Поиск, разработка и вывод на рынок новых лекарственных средств Порядок государственной регистрации лекарственных средств в России.
ДЕ 4. Маркетинговая ценовая политика на фармацевтическом рынке. Фармацевтический маркетинг групп лекарственных препаратов (ЛП) и парафармацевтических товаров. УК-1; ПК-3	Формирование ценовой политики. Этапы ценообразования на лекарственные средства. Анализ ценообразующих факторов: спрос и предложение, эластичность, ценовая конкуренция. Основные стратегии ценообразования. Классификация цен. Модели и методы ценообразования лекарственных средств. Государственная регистрация цен на лекарственные средства. Маркетинговый анализ ассортимента ЛП, влияющих на систему органов пищеварения и обмена веществ. Анализ рыночного потенциала. Маркетинговый анализ ассортимента ЛП, влияющих на сердечно-сосудистую систему. Анализ рыночного потенциала. Маркетинговый анализ ассортимента противодиабетических ЛП. Анализ рыночного потенциала. Дезинфицирующие средства. Рыночное предложение, анализ потребления.

	Маркетинговый анализ БАДов. Порядок обращения и реализации БАД. Современный рынок гомеопатических средств. Маркетинговые исследования для планирования нового препарата

5.2. Контролируемые учебные элементы

Дидактическая единица (УК, ПК)		**Контролируемые ЗУН, направленные на формирование УК и ПК**		
		Знать	**Уметь**	**Владеть**
ДЕ 1	Особенности формирования фармацевтического рынка. Сущность маркетинга, его виды и концепции.	Знать основы маркетинга, термины и понятия, цели и задачи, особенности фармацевтического маркетинга. Знать методологию сегментирования фармацевтического рынка; УК-1; ПК-3	Уметь проводить маркетинговый анализ, сегментировать фармацевтический рынок, определять конкурентноспособность медицинских и фармацевтических товаров; УК-1; ПК-3	Владеть видами маркетинговых исследований в фармации. Вопросами распределения, продвижения медицинских и фармацевтических товаров на рынке. УК-1; ПК-3
ДЕ 2	Исследование рынка фармацевтических товаров**.**	Знать методологию и методики проведения маркетингового анализа и оценки конкурентноспособности медицинских и фармацевтических товаров; УК-1; ПК-3	Уметь применять на практике методы и приёмы маркетингового анализа в системе лекарственного обеспечения населения и проводить фармацевтический маркетинг лекарственных препаратов. УК-1; ПК-3	Владеть навыками проведения маркетингового анализа фармацевтических, медицинских товаров, изделий медицинской техники и иных фармацевтических товаров; Нормативной, справочной и научной литературой для решения задач маркетинга; УК-1; ПК-3;
ДЕ 3	Товар на фармацевтическом рынке	Ассортиментную политику фармацевтической организации. Классификацию лекарственных средств, изделий медицинского	Уметь разрабатывать новые лекарственные средства. Применять инновационные подходы в медицине и фармации. Видеть концепцию нового лекарственного	Распознавать товарные знаки, бренды и упаковки лекарственных средств. Владеть сущностью стратегии использования

		назначения. Основные показатели ассортимента. Методики расширения ассортимента лекарственных средств и медицинских товаров. УК-1; ПК-3;	средства. Участвовать в этапах разработки нового лекарственного средства. Уметь читать Жизненный цикл лекарственного средства. Уметь оценивать конкурентоспособность лекарственного средства. УК-1; ПК-3;	товарных знаков. Ориентироваться в видах и функциях упаковки лекарственных средств. Владеть основами системы штрихового кодирования и маркировки. УК-1; ПК-3;
ДЕ 4	Маркетинговая ценовая политика на фармацевтическом рынке. Фармацевтический маркетинг групп лекарственных препаратов (ЛП) и парафармацевтических товаров. УК-1; ПК-3	Знать основы планирования и проведения маркетинговых исследований в условиях конкурентной среды; Проектирование организационных структур маркетинговых подразделений; УК-1; ПК-3	Уметь управлять маркетинговыми подразделениями; Составлять бизнес-проекты для создания и регулирования спроса и предложения в сфере предоставления лекарственных препаратов. УК-1; ПК-3	Владеть методикой оценки рисков осуществления маркетинговой деятельности, устанавливать уровень неопределенности маркетинговой среды при принятии управленческих решений. Демонстрировать умение применять междисциплинарный подход и осуществлять маркетинговые функции рыночного субъекта. УК-1; ПК-3

Навыки как составляющие элементы конкретной компетенции (задача дисциплины) и требуемые профессиональным стандартом	**Образовательные технологии, позволяющие владеть навыком**	**Средства и способ оценивания навыка**
ПК-3. Способен к руководству работами по государственной регистрации и пострегистрационному мониторингу лекарственных препаратов Навыки: Навыки владения нормативными, правовыми актами сферы обращения лекарственными средств и медицинских изделий, регламентирующие организацию и ведение фармацевтической деятельности	✓ изучение нормативных правовых актов ✓ практические занятия ✓ дискуссии, ✓ выполнение практических заданий с использованием	✓ опрос на практическом занятии, ✓ тестирование ✓ представление результатов самостоятельной работы обучающегося ✓ представлени

Трудовые функции: 02.016 "Специалист по промышленной фармации в области производства лекарственных средств" С/02.7 Управление разработкой и оптимизацией технологического процесса производства лекарственных средств	электронных источников и информационных баз данных ✓ подготовка рефератов ✓ выполнение учебных проектных заданий в малых группах	е учебных проектов

5.3.Разделы дисциплины (ДЕ) и виды занятий

Раздел дисциплины, ДЕ	Часов по видам занятий				
	Лекций	Практ. занятий	Лабор. работ	Самост. работа	Всего
ДЕ 1. Особенности формирования фармацевтического рынка. Сущность маркетинга, его виды и концепции.	3	6	-	18	27
ДЕ 2. Исследование рынка фармацевтических товаров**.**	3	6	-	18	27
ДЕ 3. Товар на фармацевтическом рынке	3	6	-	18	27
ДЕ 4. Маркетинговая ценовая политика на фармацевтическом рынке. Фармацевтический маркетинг групп лекарственных препаратов (ЛП) и парафармацевтических товаров.	3	6	-	18	27
Контроль (формы промежуточной аттестации): **зачет** экзамен					- -
Итого	12	24	-	72	108

6. Примерная тематика:

6.1. Курсовых работ (при наличии в учебном плане): курсовых работ в учебном плане не предусмотрено.

6.2. Учебно-исследовательских, творческих работ: не предусмотрены учебным планом

6.3. Рефератов:

По желанию обучающегося может быть подготовлен проект, оформленный в виде реферативной части и практической (аналитической) части, например:

1.Принципы организации маркетинговых исследований.
2.Этапы маркетинговых исследований.
3.Анкетирование – как метод маркетингового исследования в медицине и фармации.
4.Техническое лидерство фирмы на фармацевтическом рынке.
5Стратегия дифференциации фармацевтического рынка.
6. Бюджетно-страховая система финансирования лекарственных препаратов.
7.Исследовательская функция маркетинга в области здравоохранения.
8.Управленческая функция маркетинга в области обращения лекарственных средств.

9. Сбытовая функция маркетинга в фармации.
10.Стратегическая функция маркетинга в фармации.
11.Коммуникативная политика в медицине и фармации.
12.Ценообразование на лекарственные препараты и ценовая политика в фармации.

7. Ресурсное обеспечение

Освоение дисциплины осуществляется кадровыми ресурсами кафедры управления и экономики фармации, гарантирующих качество подготовки специалиста в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 33.04.01 Промышленная фармация. При условии добросовестного обучения обучающийся овладеет знаниями, умениями и навыками, необходимыми для квалификационного уровня, предъявляемого к выпускнику. Образовательный процесс реализуют научно-педагогические работники Университета, имеющие высшее фармацевтическое образование, ученую степень кандидата или доктора фармацевтических наук и стаж трудовой деятельности по направлению подготовки «Промышленная фармация». Кафедра несет ответственность при обучении по дисциплине в части содержания, применяемых технологий и методов обучения, материально-технического, информационного, кадрового обеспечения, организации самостоятельной работы обучающихся, видов, форм, технологий контроля.

7.1. Образовательные технологии

Виды учебной деятельности по дисциплине – практические занятия, самостоятельная работа (подготовка доклада или защита реферата, обсуждение проблемных вопросов). Весь курс обучения построен на основе действующей законодательной и нормативно-правовой базе в сфере обращения ЛП. Лекционный курс построен на основе современной нормативной и правовой документации. Лекции читаются с применением современных средств демонстрационных мультимедиа-презентаций, часть лекций проводится в интерактивной форме взаимодействия с обучающимися. Практические занятия проводятся с использованием интерактивных образовательных технологий. На практических занятиях исследуются и комментируются проблемные ситуации фармацевтической практики. Для проведения практических занятий оснащен компьютерный класс с использованием современного программного оборудования, где обучающиеся самостоятельно под контролем преподавателя анализируют статистические данные, формируют базы данных, работают с Интернет-ресурсами, решают ситуационные задачи. Практическое занятие проводится индивидуально или с малой группой. В процессе подготовки по дисциплине обучающимся предоставляется возможность выполнять исследовательские работы, готовить рефераты и участвовать в конференциях кафедры, научного общества молодых ученых УГМУ.

Помимо этого используются возможности электронной информационно-образовательной среды. Вся необходимая учебно-методическая информация представлена на образовательном портале educa.usma.ru. Все обучающиеся имеют доступ к электронным образовательным ресурсам (электронный каталог и электронная библиотека Университета, ЭБС «Консультант студента). Самостоятельная работа предусматривает изучение законодательства и нормативно-правовых документов, учебной литературы, поиск, анализ, систематизация информации по заданной теме с использованием Интернет ресурсов.

Основные технологии, формы проведения занятий:

С целью повышения эффективности взаимодействия преподавателя и обучающихся, реализуются образовательные технологии направленные на развитие профессиональных компетентной личности специалиста. При изучении учебной дисциплины используются следующие образовательные технологии:

1. Личностно-ориентированное (личностно-развивающее) обучение,

соответствующее следующим требованиям: выявить имеющийся объем знаний у обучающегося; изложение материала направлено на расширение объема знаний, структурирование и интегрирование предметного содержания, на преобразование наличного опыта каждого студента; согласование уже имеющихся навыков с научным содержанием сообщаемых знаний; стимулирование студента к самообразованию и самовыражению; выделение общелогических и специфических задач при выполнении учебных заданий; осуществление постоянного контроля результатов, систематичность процесса обучения; образовательный материал обеспечивает построение, реализацию, рефлексию и оценку учения как субъектной деятельности.

2. Проблемное обучение, предполагающее последовательную постановку перед обучающимися проблем, в процессе решения которых они усваивают не только знаниевую компоненту профессиональной деятельности, но и навыки ее осуществления. Технология проблемного обучения позволяет не только приобретать новые знания, умения, навыки, но и накапливать опыт творческого решения разнообразных профессиональных задач. Сущность проблемной интерпретации учебного материала состоит в том, что преподаватель не сообщает весь объем знаний в готовом виде, но ставит перед обучающимися проблемные задачи, побуждая искать способы и средства их решения.

3. Игровое обучение, базирующееся на постулате, что игра наряду с трудом и учебой – один из основных видов деятельности человека. Главная цель технологий игрового обучения – стимуляция познавательной деятельности студентов в сфере их профессиональных интересов. Игровые технологии опираются на фундаментальные потребности личности в самовыражении, самореализации. Дидактические игры, выполняя познавательную, исследовательскую, воспитательную и контрольную функции, развивают и закрепляют умения и навыки самостоятельной работы студентов, умение профессионально мыслить, решать задачи и управлять коллективом, принимать ответственные решения и организовывать их выполнение. Деловая игра представляет собой форму воссоздания предметного и социального содержания будущей профессиональной деятельности специалиста, включая моделирование характерных для этой деятельности отношений.

4. Компьютерное обучение, подразумевающееся дидактическую систему подготовки и трансляции учебной информации обучающемуся, основным средством реализации которой является компьютер. Компьютер может выполнять функции преподавателя, учебника, справочно-информационного ресурса при подключении к Интернету, мультимедийной системы, объединяющей текст, звук, видеоряд. Компьютеры, объединенные в сеть, позволяют совместно овладеть знаниями, моделируя виртуальную педагогическую ситуацию.

Формы проведения занятий:

Основными формами проведения занятий являются лекции и семинарские (практические) занятия. Основное назначение лекций – обеспечить изучение основного материала дисциплины, связать его в единое целое. Рекомендуется вести контроль ведения студентами конспектов изучаемого учебного материала, восстановление пропущенных лекции. В начале лекции преподаватель называет ее тему, основные вопросы, указывает основную и дополнительную литературу. После каждой изученной темы курса делаются обобщающие выводы и даются указания по самостоятельной работе над учебным материалом.

Рекомендуется применять такие формы интерактивного обучения, как лекции дискуссии, лекции-беседы, проблемные лекции с разбором конкретных ситуаций. В основе нетрадиционных форм лекций лежат следующие принципы контекстного обучения: 1. Принцип проблемности, предполагающий представление учебного материала в виде проблемных ситуаций и вовлечение слушателей в совместный анализ и поиск решений. 2. Принцип игровой деятельности, реализуемый. с помощью игровых процедур

(разыгрывание ролей, мозговой атаки, деловые игры, блиц-игры и т.д.). Применение их в начале лекции способствует снятию эмоционального напряжения, созданию творческой атмосферы и формированию познавательной мотивации, решению серьезных профессиональных задачи как учебного, так и исследовательского плана. 3. Принцип диалогического общения. Активизация лекции предполагает использование определенных методических приемов включения слушателей в диалогическое общение, протекающее в виде внешнего и внутреннего диалога. 4. Принцип совместной коллективной деятельности. Проведение небольших дискуссий по ходу лекции при анализе и решении проблемных ситуаций позволяет создать активную, творческую и эмоционально положительную атмосферу, способствующую самоорганизации коллективной деятельности обучающихся. 5. Принцип двуплановости, проявляемый при внедрении в лекцию игровых элементов и направленный на формирование и развитие умений и навыков по профилю профессиональной подготовки.

Семинарские (практические) занятия имеют важнейшее значение для усвоения программного материала. Целью семинарских занятий является представление результатов самостоятельной работы студентов и обсуждение вопросов по наиболее важным и сложным темам учебной дисциплины. Данная цель предполагает решение следующих задач: 1. Дать магистрантам общее представление о содержании, форме, объеме и порядке проведения занятия по учебной дисциплине. 2. Выявить основные вопросы для обсуждения, вызвавшие затруднения при самостоятельной подготовке к семинару. 3. Нацелить обучающихся на овладение навыками самостоятельной работы. 4. Обсуждается дополнительная научная и учебно-методическая литература по наиболее актуальным проблемам курса для самостоятельного изучения. На каждом таком занятии обучающиеся решают практические задачи и демонстрируют результаты выполнения учебного задания, выданного на предыдущем занятии.

Для максимального усвоения дисциплины рекомендуется проведение письменного опроса (тестирование, решение задач) обучающихся по материалам лекций и практических работ. Подборка вопросов для тестирования осуществляется на основе изученного теоретического материала. В качестве методики проведения семинарских или практические занятий используют обсуждение существующих точек зрения на проблематику, отраженную в соответствующих темах и вопросах занятий и пути ее решения, подготовку тематических докладов, позволяющих вырабатывать навыки публичных выступлений, а также способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь. Также проведятся мастер-классы с привлечением специалистов-практиков, решение комплексных задач (кейс-стади) с использованием компьютерных технологий и программных продуктов.

С целью проверки знаний обучающихся предполагаются следующие формы контроля:

- подробный ответ на вопрос занятия;
- развернутая характеристика определенных понятий;
- выступление с реферативным сообщением;
- рецензия реферативного сообщения и др.

Информационно-техническое обеспечение

Информационно-техническое обеспечение позволяет обучающимся в течение всего периода обучения использовать индивидуальный неограниченный доступ к электронной библиотеке УГМУ из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»).

При использовании электронных изданий каждому обучающемуся во время самостоятельной подготовки может быть предоставлено рабочее место с компьютером и выходом в Интернет на базе учебных компьютерных классов и читального зала библиотеки. Обеспеченность компьютерным временем с доступом в Интернет составляет не менее 200 часов в год на одного студента.

Обеспечен доступ к электронной информационно-образовательной среде УГМУ-TANDEM, портал edu.usma.ru.

7.2. Материально-техническое оснащение.

Наименование подразделения	Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий и прочее с перечнем основного оборудования
620026, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Декабристов, д. 32, литеры А, А1, А2, А3, А4, А5, А6, А9, Б, Б1 Кафедра управления и экономики фармации, фармакогнозии	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лекционный зал на 130 мест: парта в сборе (стол и скамья на 5 чел.) – 26 шт., доска меловая – 1шт., кафедра –1шт.,кафедра–стол–1шт, коммутатор Cisco2960–48–NN–L в комплекте с кабельными трассами, проектор Epson EB–G7800–1шт, складной экран–1шт., система управления и озвучивания: блок розеток (8 вход) –1шт., микрофон беспроводной –1шт., проводной –1шт., громкоговоритель колонки–6шт, пульт беспроводной пульт ДУ–1 шт., радиосистема WS/203 двух–антенная, усилитель Inter–M A–60 –1шт., используются переносные компьютеры учебные аудитории для проведения лабораторных и практических занятий, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 1 на 30 мест, оснащена специализированной мебелью, столы –16 шт., стулья – 30 шт., доска аудиторная 3–х створчатая (зеленая меловая) 1х3, портативный компьютер ученика RAYbook Pi152 – 16 шт. с установленными программными продуктами с доступом в сеть интернет, тележка хранилище для компьютеров, телевизор, проектор мультимедийный, для демонстрации презентаций – BenQ MX660 в комплекте с креплением WiZE–WPA–S, экран ProjectaCompact Electron, система управления звуком BehringherXenyx 1202, коммутатор Cisco 2960–24–TT–L в комплекте с кабельными трассами, доступ к сети Интернет, оснащена специализированным оборудованием (симуляционная аптека–отдел хранения лекарственных средств) оборудованием: шкаф металлический СВ–14 – 2 шт., стол распаковочный – 1 шт., моноблок Tesla BK 21.5 с доступом в сеть Интернет – 1 шт., холодильник фармацевтический ХФ–250–2 штуки, сейф–холодильник для хранения наркотических препаратов с отсеком–1 шт., шкаф – витрина аптечная –2 шт., шкаф для бумаг–3шт., гардероб глубокий–1 шт., принтер А4 HP M452nw CF388A ColorLaserJet Pro–1шт., корпусная ONVIF–совместимая IP –камера с двунаправленным аудиоканалом и микрофоном (микрофонным входом) AXIS P 1264, купольная IP – камера Axis P3346, принтер Kyocera ECOSYS P2035D, лазерный –1 шт., цифровой телефон CiscoUnified IP Phone 7911G–1шт. помещение для самостоятельной работы: ауд. № 105 на 12 мест компьютерный класс оснащен: доска меловая –1 шт.; стол ученический–7 шт.; стол преподавателя –2 шт.; стул–14 шт., моноблок RADAR 21,5–13 шт.; проектор BenQ MX660 с креплением WIZE –1шт.; экран Projecta Compact Electrol – 1 шт.; принтер HP LaserJet P1018 – 1шт.; громкоговоритель со встроенным усилителем AC Microlab Pro 2 (2 колонки в комплекте) – 1 шт., микшер Berlinger Xenyx 1202 – 1 шт., доступ к сети Интернет.

7.3. Перечень лицензионного программного обеспечения

7.3.1. Системное программное обеспечение

7.3.1.1. Серверное программное обеспечение:

- VMwarevCenterServer 5 Standard, срок действия лицензии: бессрочно; VMwarevSphere 5 EnterprisePlus, срок действия лицензии: бессрочно, дог. № 31502097527 от 30.03.2015 ООО «Крона-КС»;
- WindowsServer 2003 Standard № 41964863 от 26.03.2007, № 43143029 от 05.12.2007, срок действия лицензий: бессрочно;
- WindowsServer 2019 Standard (32 ядра), лицензионное соглашение № V9657951 от 25.08.2020, срок действия лицензий: бессрочно, корпорация Microsoft;
- ExchangeServer 2007 Standard (лицензия № 42348959 от 26.06.2007, срок действия лицензии: бессрочно);
- SQL ServerStandard 2005 (лицензия № 42348959 от 26.06.2007, срок действия лицензии: бессрочно);
- CiscoCallManager v10.5 (договор № 31401301256 от 22.07.2014, срок действия лицензии: бессрочно), ООО «Микротест»;
- Шлюз безопасности Ideco UTM Enterprise Edition (лицензия № 109907 от 24.11.2020 г., срок действия лицензии: бессрочно), ООО «АЙДЕКО».

7.3.1.2. Операционные системы персональных компьютеров:

- Windows 7 Pro (OpenLicense № 45853269 от 02.09.2009, № 46759882 от 09.04.2010, № 46962403 от 28.05.2010, № 47369625 от 03.09.2010, № 47849166 от 21.12.2010, № 47849165 от 21.12.2010, № 48457468 от 04.05.2011, № 49117440 от 25 03.10.2011, № 49155878 от 12.10.2011, № 49472004 от 20.12.2011), срок действия лицензии: бессрочно);
- Windows7 Starter (OpenLicense № 46759882 от 09.04.2010, № 49155878 от 12.10.2011, № 49472004 от 20.12.2011, срок действия лицензий: бессрочно);
- Windows 8 (OpenLicense № 61834837 от 09.04.2010, срок действия лицензий: бессрочно);
- Windows 8 Pro (OpenLicense № 61834837 от 24.04.2013, № 61293953 от 17.12.2012, срок действия лицензии: бессрочно);

7.3.2. Прикладное программное обеспечение

7.3.2.1. Офисные программы

- OfficeStandard 2007 (OpenLicense № 43219400 от 18.12.2007, № 46299303 от 21.12.2009, срок действия лицензии: бессрочно);
- OfficeProfessionalPlus 2007 (OpenLicense № 42348959 от 26.06.2007, № 46299303 от 21.12.2009, срок действия лицензии: бессрочно);
- OfficeStandard 2013 (OpenLicense№ 61293953 от 17.12.2012, № 49472004 от 20.12.2011, № 61822987 от 22.04.2013,№ 64496996 от 12.12.2014, № 64914420 от 16.03.2015, срок действия лицензии: бессрочно);

7.3.2.2. Программы обработки данных, информационные системы

- Программное обеспечение «ТАНДЕМ.Университет» (включая образовательный портал educa.usma.ru) (лицензионное свидетельство № УГМУ/21 от 17.09.2021, срок действия лицензии: бессрочно), ООО «Тандем ИС».

7.3.2.3. Внешние электронные информационно-образовательные ресурсы

- Электронная библиотечная система «Консультант студента», доступ к комплектам: «Медицина. Здравоохранение. ВО (базовый комплект)», «Медицина. Здравоохранение. ВО (премиум комплект)», «Медицина (ВО) ГЭОТАР-Медиа. Книги на английском языке». Лицензионный договор №110 о предоставлении простой (неисключительной) лицензии на использование «Электронной библиотечной системы «Консультант студента» от 24.07.2023. Срок действия до 31.12.2023 года. Ссылка на ресурс: https://www.studentlibrary.ru.
- База данных «Консультант врача. Электронная медицинская библиотека».

Договор № 813КВ/04-2023 от 24.07.2023. Срок действия до 31.12.2023 года. Ссылка на ресурс: https://www.rosmedlib.ru/.

- Электронная библиотечная система«Book Up», доступ к коллекции «Большая медицинская библиотека». Договор №БМБ на оказание безвозмездных услуг размещения электронных изданий от 18.04.2022. Срок действия до 18.04.2027 года. Ссылка на ресурс: https://www.books-up.ru/.
- Электронно-библиотечная система «Лань», доступ к коллекции «Сетевая электронная библиотека». Договор № СЭБ 1/2022 на оказание услуг от 01.11.2022. Срок действия до: 31.12.2026 года. Ссылка на ресурс: https://e.lanbook.com/.
- Образовательная платформа «Юрайт». Лицензионный договор № 41 от 24.07.2023. Срок действия до: 31.12.2023 года. Ссылка на ресурс: https://urait.ru/.
- Универсальная база электронных периодических изданий ИВИС, доступ к индивидуальной коллекции научных медицинских журналов. Лицензионный договор № 49-П от 03.05.2023. Срок действия до 30.06.2024 г. Ссылка на ресурс: https://dlib.eastview.com/basic/details.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Основная учебно-методическая литература:

8.1.1. Электронные учебные издания

1. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511247.

2. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченок [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченок. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510866.

3. Грентикова, И. Г. Экономика и учёт финансово-хозяйственной деятельности фармацевтических организаций : учебное пособие / И. Г. Грентикова, Е. Б. Григорьева. — Кемерово : КемГМУ, 2021. — 481 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/275900.

4. Грентикова, И. Г. Финансовые результаты фармацевтической организации : учебное пособие / И. Г. Грентикова. — Кемерово : КемГМУ, 2020. — 98 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/275903 (дата обращения: 06.02.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Кинев, М. Ю. Инструменты маркетинга в управлении ассортиментом аптечных организаций: учебно-методическое пособие / М. Ю. Кинев, А. Ю. Петров, О. А. Мельникова. - Екатеринбург: УГМУ, 2015. - 86 с. – URL: http://elib.usma.ru/handle/usma/2365.

6. Организация фармацевтической деятельности : учебник для вузов / Е. Е. Чупандина, Г. Т. Глембоцкая, О. В. Захарова, Л. А. Лобутева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13524-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518781.

8.1.2. Электронные базы данных, к которым обеспечен доступ

1 Электронная библиотечная система «Консультант студента», доступ к комплектам: «Медицина. Здравоохранение. ВО (базовый комплект)», «Медицина. Здравоохранение. ВО (премиум комплект)», «Медицина (ВО) ГЭОТАР-Медиа. Книги на английском языке». Лицензионный договор 110 о предоставлении простой

(неисключительной) лицензии на использование «Электронной библиотечной системы «Консультант студента» от 24.07.2023. Срок действия до 31.12.2023 года. Ссылка на ресурс: https://www.studentlibrary.ru.

2 База данных «Консультант врача. Электронная медицинская библиотека». Договор № 813КВ/04-2023 от 24.07.2023. Срок действия до 31.12.2023 года. Ссылка на ресурс: https://www.rosmedlib.ru/.

3 Электронная библиотечная система«Book Up», доступ к коллекции «Большая медицинская библиотека». Договор №БМБ на оказание безвозмездных услуг размещения электронных изданий от 18.04.2022. Срок действия до 18.04.2027 года. Ссылка на ресурс: https://www.books-up.ru/.

4 Электронно-библиотечная система «Лань», доступ к коллекции «Сетевая электронная библиотека». Договор № СЭБ 1/2022 на оказание услуг от 01.11.2022. Срок действия до: 31.12.2026 года. Ссылка на ресурс: https://e.lanbook.com/.

5 Образовательная платформа «Юрайт». Лицензионный договор № 41 от 24.07.2023. Срок действия до: 31.12.2023 года. Ссылка на ресурс: https://urait.ru/.

6 Электронная библиотека УГМУ, институциональный репозитарий на платформе Dspace. Договор установки и настройки № 670 от 01.03.2018. Срок действия: бессрочный. Ссылка на ресурс: http://elib.usma.ru/.

7 Универсальная база электронных периодических изданий ИВИС, доступ к индивидуальной коллекции научных медицинских журналов. Лицензионный договор № 49-П от 03.05.2023. Срок действия до 30.06.2024 г. Ссылка на ресурс: https://dlib.eastview.com/basic/details.

8 Электронные ресурсы Springer Nature Срок действия: до 2030 года:

Письмо РФФИ от 30.06.2022 г. №910 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature:

- база данных, содержащая полнотекстовые журналы издательства Springer (выпуски 2022 года), коллекции: Medicine, Engineering, History, Law & Criminology, Business & Management, Physics & Astronomy. Ссылка на ресурс: https://link.springer.com/.
- база данных, содержащая полнотекстовые журналы Adis издательства Springer Nature в области медицины и других смежных медицинских областей (выпуски 2022 года). Ссылка на ресурс: https://link.springer.com/.

Письмо РФФИ от 08.08.2022 г. №1065 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature:

- база данных, содержащая полнотекстовые журналы издательства Springer (выпуски 2022 года), коллекции: Architecture and Design, Behavioral Science & Psychology, Education, Economics and Finance, Literature, Cultural & Media Studies, Mathematics & Statistic. Ссылка на ресурс: https://link.springer.com/.
- база данных, содержащая полнотекстовые журналы Nature Publishing Group, коллекция Academic journals, Scientific American, Palgrave Macmillan (выпуски 2022 года). Ссылки на ресурс: 1. https://www.nature.com; 2. https://link.springer.com.

Письмо РФФИ от 02.08.2022 г. №1045 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных eBook Collections издательства Springer Nature:

- база данных eBook Collections (i.e. 2021 eBook collections) издательства Springer Nature – компании Springer Nature Customer Service Center GmbH. Ссылка на ресурс: https://link.springer.com/.

Письмо РФФИ от 11.08.2022 г. №1082 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных eBook Collections издательства Springer Nature:

- база данных eBook Collections (i.e. 2022 eBook collections) издательства Springer Nature – компании Springer Nature Customer Service Center GmbH. Ссылка на ресурс: https://link.springer.com/

9. Министерство здравоохранения Российской Федерации http://www.rosminzdrav.ru/

10. Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения (Росздравнадзор) http://www.roszdravnadzor.ru/

11. Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор) http://rospotrebnadzor.ru/

12. Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Свердловской области http://www.ocsen.ru/

13. КонсультантПлюс – надежная правовая поддержка http://www.consultant.ru/

14 Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов. http://school-collection.edu.ru –

15. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов http://fcior.edu.ru

16.Каталог «Образовательные ресурсы сети Интернет для общего образования» http://catalog.iot.ru

17.Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР) http://eor.edu.ru

8.2. Дополнительная литература

1. Тюренков, И. Н. Введение в специальность. Обращение лекарственных средств : учебно-методическое пособие / И. Н. Тюренков, Н. В. Рогова, Д. В. Куркин. — Волгоград : ВолгГМУ, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-9652-0641-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/225743.
2. Грентикова, И. Г. Медицинское и фармацевтическое товароведение: стандартизация и классификация лекарственных средств для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента : учебное пособие / И. Г. Грентикова, Е. Б. Григорьева. — Кемерово : КемГМУ, 2022. — 176 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/275939.
3. Дремова Н. Б. Медицинское и фармацевтическое товароведение: учебное пособие для студ., обучающихся по спец. 040500 Фармация / Н. Б. Дремова. - Курск, 2005. - 520 с. (В библиотеке УГМУ 99 экз.)
4. Медицинское и фармацевтическое товароведение: учебник для вузов / С. З. Умаров [и др.]. - Москва: ГЭОТАР-МЕД, 2003. - 368 с. (В библиотеке УГМУ 139 экз.)
5. Маркетинг. Основы маркетинга : учебное пособие / С. В. Аливанова, В. В. Куренная, О. А. Чередниченко, Ю. В. Рыбасова. — Ставрополь : СтГАУ, 2015. — 100 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/82196.
6. Медведев, П. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / П. В. Медведев. — Оренбург : ОГУ, 2019. — 96 с. — ISBN 978-5-7410-2263-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/159955.
7. Шадрин, В. Г. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / В. Г. Шадрин, О. В. Коновалова. — Кемерово : КемГУ, 2011. — 108 с. — ISBN 978-5-89289-661-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/4836.

9. Аттестация по дисциплине

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта.

10. Фонд оценочных средств по дисциплине для проведения промежуточной аттестации представлен в Приложении к РПД.

11. Сведения о ежегодном пересмотре и обновлении РПД

Дата	№ протокола заседания кафедры	Внесенные изменения, либо информации об отсутствии необходимости изменений

12. Оформление, размещение, хранение РПД

Электронная версия рабочей программы дисциплины размещена в образовательном портале edu.usma.ru на странице дисциплины.

Бумажная версия рабочей программы дисциплины с реквизитами, в прошитом варианте представлена на кафедре в составе учебно-методического комплекса дисциплины.