

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Семенов Юрий Алексеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.02.2026 13:29:17
Уникальный программный ключ:
7ee61f7810e60557bee49df65517382019780887

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

Кафедра фармации

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по
образовательной
деятельности

К.М.Н., профессор А.А. Ушаков



16 » июня 2025 г.

Рабочая программа дисциплины Прикладной фармацевтический маркетинг

Специальность: 33.05.01 Фармация

Уровень высшего образования: специалитет

Квалификация: провизор

г. Екатеринбург
2025

Рабочая программа дисциплины «Прикладной фармацевтический маркетинг» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по специальности 33.05.01 Фармация (уровень специалитета), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 марта 2018 г. №219, и с учетом требований профессиональных стандартов 02.006 «Провизор», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 9 марта 2016года №91н; 02.012 «Специалист в области управления фармацевтической деятельностью», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 мая 2017года №428н; 02.015 «Провизор-аналитик», утверждённого приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 мая 2017года №427н, 02.016 «Специалист по промышленной фармации в области производства лекарственных средств», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 мая 2017года № 430н.

Рабочая программа составлена:

Андрианова Г.Н., д.ф.н., и.о. зав кафедрой фармации

Петров А.Л., к.ф.н., доцент кафедры

Рабочая программа рецензирована:

Рабочая программа обсуждена и одобрена на заседании кафедры от 29 мая 2025 г., протокол №5

Рабочая программа обсуждена и одобрена методической комиссией специальности Фармация от 06 июня 2025 г. (протокол №7).

1. Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Прикладной фармацевтический маркетинг» является формирование у обучающихся компетенций для организации своевременного лекарственного обеспечения населения и медицинских организаций эффективными, безопасными лекарственными препаратами, а также новыми препаратами отечественного производителя, формирование способности и готовности к выполнению трудовых функций, требуемых профессиональными стандартами в области профессиональной деятельности на основе полученных теоретических знаний ФГОС ВО специальности 33.05.01 Фармация.

2. Задачи дисциплины

- изучить нормативно-правовые акты для реализации задач фармацевтического маркетинга;
- овладеть терминологией и основным инструментарием маркетинга для рационального использования лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента;
- уметь разбираться в особенностях маркетинговых процессов аптечной организации;
- сформировать навыки проведения маркетинговых исследований в сфере обращения лекарственных средств;
- способствовать развитию навыков управления ресурсами фармацевтической организации

3. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Прикладной фармацевтический маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Б1.В.ДВ.04.01 учебного плана ООП специальности 33.05.01 Фармация (уровень- специалитет), дисциплина изучается в 6 семестре.

Дисциплина ориентирована на формирование знаний, умений и навыков маркетинговых исследований для организации доступной лекарственной помощи населению.

Освоение данной дисциплины базируется на знаниях, полученных при изучении фармакологии, фармацевтической технологии, фармацевтической химии для углубленного понимания обеспечения ресурсной деятельности фармацевтической организации.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на обучение, формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций, с целью подготовки выпускника к выполнению трудовых функций, трудовых действий согласно профессиональным стандартам:

в) профессиональных:

Тип задач профессиональной деятельности: производственный			
Категория (группа) профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Индекс трудовой функции и ее содержание (из ПС)	Код и наименование индикаторов достижения профессиональной компетенции, которые формирует дисциплина
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий			
организационно-управленческий	ПК-6. Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации	02.012 Специалист в области управления фармацевтической деятельностью А/02.7 Организация ре-	ИДПК-6.-1 Определяет экономические показатели товарных запасов лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента. ИДПК-6.-2 Выбирает

		сурсного обеспечения фармацевтической организации	оптимальных поставщиков и организует процессы закупок на основе результатов исследования рынка поставщиков лекарственных средств для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента. Контролирует исполнение договоров на поставку лекарственных средств для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента
--	--	---	---

В результате изучения дисциплины «Прикладной фармацевтический маркетинг» обучающийся должен:

Знать

действующую нормативно-правовую базу по правилам обращения лекарственных средств, в том числе в соответствии с Соглашением о единых принципах и правилах обращения

лекарственных средств в рамках Евразийского экономического союза; классификации лекарственных препаратов; актуальный ассортимент лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента по различным фармакологическим группам, их характеристики, действующие вещества (международные непатентованные названия); минимальный ассортимент лекарственных препаратов, необходимых для оказания медицинской помощи;

принципы фармакотерапии с учетом фармакокинетики и фармакодинамики лекарственных средств; перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов; перечень товаров, разрешенных к реализации из аптечных организаций; основные направления формирования и реализации ассортиментной политики АО; знать инвентарий для проведения опросов целевых групп; теоретические основы маркетинга; направления маркетинга; основные элементы комплекса маркетинга; особенности фармацевтического маркетинга; основные типы организационной структуры службы маркетинга в фармацевтической организации, принципы построения; маркетинговая среда фармацевтической организации, факторы, влияющие на маркетинговую среду организации; процесс маркетингового исследования в сфере обращения лекарственных средств; этапы составления и проведения маркетинговых исследований; методы маркетинговых исследований, характеристика и содержание; традиционные объекты маркетинговых исследований; потребительские предпочтения потребителей ЛС; методы сбыта, система и этапы продвижения ЛС; основные правила мерчандайзинга как элемента маркетинговых коммуникаций; концепцию маркетингового планирования в фармации; стратегический маркетинг; основные этапы составления плана маркетинга фармацевтической организации; сущность ситуационного анализа; основные источники информации при ситуационном анализе; маркетинговый аудит, основные элементы; STEP-анализ, SWOT-анализ, маркетинговый синтез; стратегическое планирование, тактическое планирование, разработка маркетингового плана; маркетинговый контроль.

Уметь

Принимать управленческие решения с учетом значимых для фармации экономических и социальных факторов; определять позиционирование ЛП и ТАА; применять ключевые принципы мерчандайзинга в АО организовать работу маркетинговой службы фармацевтической организации; проводить аудит окружающей среды АО с применением STEP-анализа; проводить сегментационный анализ потребителей фармацевтической продукции и определять направления управления взаимоотношениями с ними; проводить маркетинговые исследования ФР; применять трехуровневый анализ товаров и проводить анализ товарно-ассортиментной политики АО; рассчитывать основные показатели, характеризующие рациональность товарного ассортимента АО проводить сравнение и оценку конкурентоспособности товаров-аналогов по параметрам потребительских и экономических свойств; проводить анализ маркетинговых коммуникаций АО и разрабатывать план продвижения товаров с учетом их статуса (рецептурный и безрецептурный отпуск); разрабатывать план маркетинга для АО; формулировать маркетинговые управленческие решения.

Владеть

нормативной, справочной и научной литературой, современными информационными технологиями и навыками работы в сети Интернет для решения профессиональных задач в сфере фармацевтического маркетинга; принципами и навыками разработки маркетинговых мероприятий и плана маркетинга АО; навыками проведения маркетинговых исследований фармацевтического рынка и медико-социологических исследований потребителей фармацевтической продукции; методами изучения спроса, формирования ассортимента и прогнозирования потребности в лекарственных препаратах и других товарах аптечного ассортимента; навыками подбора форм и методов стимулирования сбыта и продвижения фармацевтических товаров и формирования маркетинговых программ.

Изучение дисциплины «**Прикладной фармацевтический маркетинг**» направлено на формирование у студентов способности и готовности выполнять в профессиональной деятельности следующие трудовые функции/действия (в соответствии:

с профессиональным стандартом «**Провизор**», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 9 марта 2016 г №91н):

Трудовая функция А/02.7 - Проведение приемочного контроля поступающих в организацию лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента

Трудовые действия:

- Проведение приемочного контроля поступающих лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента и проверки сопроводительных документов в установленном порядке
- Изъятие из обращения лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента, прошедших в негодность, с истекшим сроком годности, фальсифицированной, контрафактной и недоброкачественной продукции
- Регистрация результатов приемочного контроля поступающих лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента в установленном порядке

Трудовая функция А/03.7 Обеспечение хранения лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента

Трудовые действия:

- Сортировка поступающих лекарственных средств, других товаров аптечного ассортимента с учетом их физико-химических свойств, требований к условиям, режиму хранения особых групп лекарственных средств
- Обеспечение, контроль соблюдения режимов и условий хранения, необходимых для сохранения качества, эффективности, безопасности лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента, их физической сохранности

5. Объем и вид учебной работы

Виды учебной работы	Трудоемкость (часы)		Семестры 7 семестр, 72 час
Аудиторные занятия (всего)	36		36
В том числе:			
Лекции	18		18
Практические занятия	18		18
Лабораторные работы			
Самостоятельная работа (всего)	36		36
Формы аттестации по дисциплине (зачет, экзамен)			зачет
Общая трудоемкость дисциплины	Часы	ЗЕТ	
	72	2	

6. Содержание дисциплины

6.1. Содержание раздела и дидактической единицы

Содержание дисциплины (дидактическая единица) и код компетенции, для формирования которой данная ДЕ необходима	Основное содержание раздела, дидактической единицы (тема, основные закономерности, понятия, термины и т.п.)
Дисциплинарный модуль 1.	
ДЕ 1. Маркетинг в фармации ПК-6	Концепция, принципы и элементы маркетинга. Фармацевтический товар как объект маркетинга. Концепция управления маркетингом. Элементы маркетинга в сфере обращения лекарственных препаратов. Роль отдела маркетинга в структуре фармацевтической организации.
ДЕ 2. Методология фармацевтического маркетинга ПК-6	Методологические основы маркетинговых исследований в фармации. цель, источники информации. Классификация методов реализации маркетинговых исследований. Маркетинговая среда фармацевтической организации: определение, структура. Значение исследования маркетинговой среды для успешного функционирования фармацевтической организации. Ассортиментная политика фармацевтической организации. Жизненный цикл товара (товар, спрос, предложение, цена и их взаимосвязь).
ДЕ 3. Исследование потребительских предпочтений на примере ЛП и ТАА ПК-6	Ассортиментная политика фармацевтической организации. Жизненный цикл товара (товар, спрос, предложение, цена и их взаимосвязь). Конкурентоспособность товара. Товарный знак. Бренды. Показатели товарного ассортимента фармацевтической организации.

	Особенности лекарственных препаратов как товара. Порядок формирования цен на лекарственные препараты и другие товары аптечного ассортимента. Выбор стратегии ценообразования. Перечни ЛП.
ДЕ 4. Формирование спроса и стимулирование сбыта ЛС ПК-6	Потребность и спрос. Размещение и выкладка товаров аптечного ассортимента. Подходы к организации выкладки отдельных групп товаров в аптеке. Оценка эффективности выкладки товаров в аптеке. Стимулирование сбыта товаров, цели, задачи и методы. Мерчандайзинг, понятие. Особенности использования мерчандайзинга в фармации. Внешнее и внутреннее оформление аптек, имидж аптеки.
ДЕ-5. Ситуационный анализ предложения и спроса на ЛП ПК-6	Сегментация рынка и его основные критерии и принципы. Мероприятия целевого маркетинга. Разновидности сегментирования рынка. Сегментирование потребительского рынка и выбор целевого сегмента.
ДЕ-6. Проектирование маркетингового исследования на примере конкретной ФГТ ПК-6	Позиционирование товаров на рынке и разработка комплекса маркетинга на примере конкретной группы ЛП (МНН, аналоги). Разработка плана маркетингового исследования.
ДЕ-7. Маркетинговое планирование. Маркетинговый план. ПК-6	Стратегия роста фармацевтической организации, расширение ассортимента. Маркетинговые стратегии и планирование на фармацевтическом рынке. Управление ассортиментом.
ДЕ-8. Маркетинговый аудит, PEST-анализ, SWOT-анализ. Маркетинговый синтез. ПК-6	Инструменты анализа факторов макросреды фармацевтического предприятия (PEST-анализ). Основные факторы микросреды функционирования фармацевтической организации. SWOT –анализ. Конкурентная среда фармацевтического рынка и методология ее оценки.
ДЕ-9 Зачетное. Защита проекта ПК-6	Оформление проектной работы. Защита.

6.2. Контролируемые учебные элементы

Дидактическая единица (ДЕ)	Контролируемые учебные элементы, формируемые в результате освоения дисциплины			Этап освоения компетенции
	Знания	Умения	Навыки	
ДЕ 1. Маркетинг в фармации ПК-6	Действующую нормативно-правовую базу по взаимозаменяемости и ЛП; Перечни ЛП; цели и задачи маркетинга; особенности фармацевтического	Уметь характеризовать концепцию как закрытую и открытую (производитель-каналы распределения потребители);	Владеть нормативной, справочной и научной литературой, современными информационными технологиями и	Основной

	<p>маркетинга; концепции управления маркетингом; знать инструментарий для проведения опросов целевых групп; теоретические основы маркетинга; направления маркетинга; основные элементы комплекса маркетинга; особенности фармацевтического маркетинга; основные типы организационной структуры службы маркетинга в фармацевтической организации, принципы построения ИДПК-6.-2</p>	<p>уметь обосновать цели маркетинга как рациональную модель для удовлетворения спроса на ЛС; ИДПК-6.-2</p>	<p>навыками работы в сети Интернет для решения профессиональ ных задач в сфере фармацевтичес кого маркетинга; ИДПК-6.-2</p>	
<p>ДЕ 2. Методология фармацевтического маркетинга ПК-6</p>	<p>Знать основную терминологию маркетинга; Методологические основы маркетинговых исследований в фармации: цель, источники информации. Классификация методов реализации маркетинговых исследований. Марке-тинговая среда фармацевтической организации: определение, структура. Значение исследования маркетинговой</p>	<p>Уметь охарактеризовать Концепцию маркетинг-микс (цена товара, организация рекламной компании); обосновать выбор инструментов продвижения; применять основные функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая, коммуникационная функция контроля и управления для оценки эффективности маркетинговой деятельности аптечной организации.</p>	<p>Владеть методологией фармацевтичес кого маркетинга для принятия управленческих решений стабильной работы ФО, удовлетворения спроса населения в ЛС и организации доступного лекарственного обеспечения. ИДПК-6.-2</p>	

	<p>среды для успешного функционирования фармацевтической организации.</p> <p>Ассортиментная политика фармацевтической организации.</p> <p>Жизненный цикл товара (товар, спрос, предложение, цена и их взаимосвязь).</p> <p>ИДПК-6.-2</p>	ИДПК-6.-2		
<p>ДЕ 3. Исследование потребительских предпочтений на примере ЛП и ТАА ПК-6</p>	<p>Ассортиментную политику фармацевтической организации.</p> <p>Жизненный цикл товара (товар, спрос, предложение, цена и их взаимосвязь).</p> <p>Конкурентоспособность товара.</p> <p>Товарный знак.</p> <p>Бренды.</p> <p>Показатели товарного ассортимента фармацевтической организации.</p> <p>Особенности лекарственных препаратов как товара. Порядок формирования цен на лекарственные препараты и другие товары аптечного ассортимента.</p> <p>Выбор стратегии ценообразования.</p> <p>Перечни ЛП.</p> <p>Потребительские предпочтения потребителей ЛС; методы сбыта, система и этапы продвижения ЛС;</p> <p>ИДПК-6.-2</p>	<p>Уметь определить классы потребительского поведения (поведение по обеспечению); мотивация к покупке, покупательские привычки, жизненные привычки внешняя среда, покупательская способность, объем покупки;</p> <p>ИДПК-6.-2</p>	<p>Разбираться в характере потребительского поведения, владеть навыками выявления факторов, определяющих выбор ЛП и ТАА, навыками обоснования стратегии ассортиментной политики ФО.</p> <p>ИДПК-6.-2</p>	
<p>ДЕ 4. Формирование спроса и</p>	<p>Потребность и спрос. Размещение</p>	<p>Планировать, разрабатывать</p>	<p>Навыки размещения и</p>	

<p>стимулирование сбыта ЛС ПК-6</p>	<p>и выкладку товаров аптечного ассортимента. Подходы к организации выкладки отдельных групп товаров в аптеке. Оценку эффективности выкладки товаров в аптеке. Стимулирование сбыта товаров, цели, задачи и методы. Мерчандайзинг, понятие. Особенности использования мерчандайзинга в фармации. Внешнее и внутреннее оформление аптек, имидж аптеки.</p> <p>ИДПК-6.-2</p>	<p>состав ассортимента; уметь проводить политику ценообразования (цена и ценность продукта); управлять брендом; проводить комплексное рыночное исследование: сегментацию потребителей, анализ и обработку данных, описание модели поведения покупателя; оценку позиционирования товара относительно фармакоаналогов и торговых наименований для обоснования ассортиментной политики АО.</p> <p>ИДПК-6.-2</p>	<p>выкладки товаров аптечного ассортимента. Навыки организации выкладки отдельных групп товаров в аптеке. Владеть оценкой эффективности выкладки товаров в аптеке.</p> <p>ИДПК-6.-2</p>	
<p>ДЕ-5. Ситуационный анализ предложения и спроса на ЛП ПК-6</p>	<p>Знать методику сегментации рынка и его основные критерии и принципы. Мероприятия целевого маркетинга. Разновидности сегментирования рынка. Сегментирование потребительского рынка и выбор целевого сегмента. Рынок поставщиков (ООТ, производителей); Методы определения емкости рынка, прогнозирование спроса; Сегментацию сбора и анализа информации о потребителях ЛС и ТАА на уровне аптеки (история контактов, профиль потребителя, история покупок);</p>	<p>Определять емкость рынка на основе данных анализа; прогнозировать спрос на основе результатов панельного исследования; проводить экспертные оценки доли рынка; уметь провести сегментацию сбора и анализа информации (история контактов, профиль потребителя, история покупок для планирования товарного запаса.</p> <p>ИДПК-6.-1 ИДПК-6.-2</p>	<p>Навыками определения товарного запаса ЛС и ТАА, навыками выбора поставщиков, определение потребности в ЖНВЛП.</p> <p>ИДПК-6.-1 ИДПК-6.-2</p>	

	ИДПК-6.-1 ИДПК-6.-2			
ДЕ-6. Проектирование маркетингового исследования на примере конкретной ФГТ ПК-6	Знать процесс маркетингового исследования в сфере обращения лекарственных средств; этапы составления и проведения маркетинговых исследований; методы маркетинговых исследований, характеристику и содержание; традиционные объекты маркетинговых исследований; ИДПК-6.-2	Уметь представлять весь процесс маркетингового исследования на примере конкретной группы препаратов, понимать особенности проведения этапов исследования ИДПК-6.-2	Владеть навыками проведения фармацевтического маркетингового исследования на примере конкретного МНН (торговые наименования-ценовые категории-лекарственные формы - дозировки ЛП). ИДПК-6.-2	
ДЕ-7. Маркетинговое планирование. Маркетинговый план. ПК-6	Знать подходы к диагностике маркетинга ФО (анализ конкурентов, доли рынка, порядок сбора внутренней информации). Цели, анализ прибыли, стратегию маркетинга, методы оценки проблем; методы выбора стратегии. Знать процедуру подготовки к реализации плана, как организовать взаимодействие с партнерами, как управлять процессом реализации, максимизации эффективной деятельности. ИДПК-6.-2	Уметь проводить диагностику маркетинга ФО (анализ конкурентов, доли рынка, сбор внутренней информации ФО). Анализировать прибыль, обосновывать стратегию маркетинга, выявлять проблемы. Уметь разрабатывать план подготовки, уметь организовать взаимодействие с партнерами, управлять процессом реализации эффективной деятельности. ИДПК-6.-2	Владеть методикой маркетингового планирования для целей роста аптечной организации, расширения ассортимента ИДПК-6.-2	
ДЕ-8. Маркетинговый аудит, PEST-анализ, SWOT-анализ.	Инструменты анализа факторов макросреды фармацевтического предприятия (PEST-	Уметь анализировать факторы макросреды фармацевтического	Владеть методиками анализа макро и микросреды АО; на-	

<p>Маркетинговый синтез.</p> <p>ПК-6</p>	<p>анализ). Основные факторы микросреды функционирования фармацевтической организации SWOT – анализ. Конкурентная среда фармацевтического рынка и методология ее оценки ИДПК-6.-1 ИДПК-6.-2</p>	<p>предприятия (PEST-анализ). Основные факторы микросреды функционирования фармацевтической организации. SWOT –анализ. Оценивать конкурентную среду фармацевтического рынка. Уметь проводить оценку возможных затруднений и благоприятных возможностей (SWOT-анализ) для ФО; проводить оценку плана маркетинга; выбор целевой аудитории; определять состав коммуникаций-микс; выбирать стратегии маркетинговых обращений. ИДПК-6.-1 ИДПК-6.-2</p>	<p>выками определения конкурентоспособности АО; навыками выбора стратегии маркетинговой политики аптечной организации</p> <p>ИДПК-6.-1 ИДПК-6.-2</p>	
<p>ДЕ-9 Зачетное. Защита проекта ПК-6</p>			<p>Провести маркетинговое исследование товара аптечного ассортимента: Методика проведения: 1) выбрать конкретный товар аптечного ассортимента; 2) дать характеристику товара – указать наименование товара, указать свойства товара, качество, цену, место реализации, средства продвижения (реклама, связи с общественностью и пр.); 3) описать целевую аудиторию (пол, возраст, образ жизни, уровень дохода и т. д. в</p>	

			<p>зависимости от товара);</p> <p>4) определить основных конкурентов данного товара и сравнить качество, цены, маркетинговые коммуникационные стратегии и пр.;</p> <p>5) описать как распространяет информация организация о данном товаре и с помощью каких средств (реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, личные продажи);</p> <p>6) указать преимущества и недостатки изучаемого товара;</p> <p>7) предложить свои рекомендации для совершенствования маркетинговой деятельности организации.</p> <p>ИДПК-6.-1 ИДПК-6.-2</p>	
--	--	--	---	--

6.3. Разделы дисциплины (ДЕ), виды занятий и трудоемкость в часах

№ дидактической единицы	Часы по видам занятий			Всего:
	Лекции	Практические занятия	Сам. работа	
ДЕ 1	2	2	4	8
ДЕ 2	2	2	4	8
ДЕ 3	2	2	4	8
ДЕ-4	2	2	4	8
ДЕ-5	2	2	4	8
ДЕ-6	2	2	4	8
ДЕ-7	2	2	4	8
ДЕ-8	2	2	4	8
ДЕ-9	2	2	4	8
ИТОГО	18	18	36	72

7. Примерная тематика (при наличии):

7.1. Курсовых работ: Не предусмотрено учебным планом.

7.2. Учебно-исследовательских, творческих работ:

Тематика учебно-исследовательской работы студентов определяется основными направлениями работы кафедры фармации.

Примерная тематика учебно-исследовательских работ:

1. Маркетинговые аспекты продвижения группы товаров детского питания
2. Аптечный мерчендайзинг
3. Маркетинговые аспекты продвижения противовирусных препаратов
4. Маркетинговые аспекты продвижения препаратов отечественных производителей

7.3. Рефератов

Примерная тематика рефератов:

1. Изучение спроса и предложения на препараты предприятий - производителей УРФО
2. Анализ потребительского поведения при выборе противогрибковых препаратов
3. Анализ потребительского поведения при выборе антигистаминных препаратов
4. Маркетинговые исследования рынка сердечно-сосудистых ЛП
5. Оценка сильных и слабых сторон аптечной организации государственной формы собственности
6. Разработка анкеты для целевой аудитории для изучения отношения покупателей к выбранному товару
7. Анализ плана маркетинга для аптечной организации
8. Реализация плана маркетингового анализа.
9. Эффективность маркетинговых исследований
10. Сегментирование фармацевтического рынка
11. Позиционирование на фармацевтическом рынке

8. Ресурсное обеспечение.

Кафедра фармации располагает кадровыми ресурсами, гарантирующими качество подготовки специалиста в соответствии с требованиями Федерального государственного стандарта высшего образования специальности 33.05.01 Фармация и профессиональных стандартов «Провизор», Специалист по промышленной фармации в области обеспечения качества лекарственных средств». При условии добросовестного обучения обучающийся овладеет знаниями, умениями, навыками, необходимыми для квалификационного уровня, предъявляемого к выпускнику специальности 33.05.01 Фармация и успешному прохождению первичной аккредитации специалиста.

Образовательный процесс реализуют научно-педагогические сотрудники кафедры, имеющие высшее фармацевтическое образование и стаж трудовой деятельности по профилю специальности 33.05.01 «Фармация». А также имеющие ученую степень кандидата или доктора фармацевтических наук, ученое звание доцента или профессора. 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.

8.1. 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 базы по вопросам производственной деятельности фармацевтической отрасли. Лекционный курс построен на основе действующей нормативной и правовой документации. Лекции читаются с применением современных средств демонстрационных мультимедиа-презентаций. Практические занятия проводятся с использованием интерактивных образовательных технологий. На практических занятиях разбираются и комментируются проблемные ситуации спроса на зарубежные и отечественные ЛП. 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 с малой группой. В процессе подготовки по дисциплине обучающимся предоставляется возможность выполнять исследовательские работы, готовить рефераты и участвовать в конференциях кафедр, научного общества молодых ученых УГМУ.

Кроме этого, используются возможности электронной информационно-образовательной среды университета. Вся необходимая учебно-методическая информация представлена на образовательном портале УГМУ Медспейс. 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 Компьютерное обучение, подразумевающее 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 практические занятия. Основное назначение лекций – обеспечить изучение основного материала дисциплины, связать

его в единое целое. Преподаватель контролирует ведение студентами конспектов изучаемого учебного материала, пропущенных лекций. 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.

Реализуемые 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 диалогического общения. Активизация лекции предполагает использование определенных методических приемов включения обучающихся в диалогическое общение, протекающее в виде внешнего и внутреннего диалога. 3. 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.

Практические занятия имеют важнейшее значение для усвоения программного материала. Целью 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 студентам 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 занятию. 3. Нацелить обучающихся на овладение навыками самостоятельной работы. 4. Обсуждается дополнительная научная и учебно-методическая литература по наиболее актуальным проблемам дисциплины для самостоятельного изучения. На каждом таком занятии проверяются практические задачи и обсуждаются результаты выполнения учебного задания данной темы.

Для максимального усвоения дисциплины проводится письменное тестирование, решение задач. Подборка вопросов для тестирования осуществляется на основе изученного теоретического материала. Также проводятся мастер-классы, 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 (докладом);

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 учебного компьютерного класса.

Обеспечен доступ к электронной образовательной среде Медпейс и образовательные порталы Университета.

8.2. Материально-техническое оснащение

Наименование подразделения	Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий и прочее с перечнем основного оборудования
Кафедра фармации	Учебная комната №А114 Количество посадочных мест: 16 1.Проектор мультимедийный, для демонстрации презентаций – BenQMX660 в ком-плекте с креплением WiZE-WPA-S -1 штука 2.Экран Projecta Compact Electron – 1 штука

	<p>3. Система управления звуком BehringerXenyx 1202 - 1 штука. 4. Коммутатор Cisco 2960-24-TT-L в к-те с кабельными трассами 5. Доска ученическая 1*3.0 5-ти полосная -1 штука. 6. Доска аудиторная 3-х створчатая (зеленая меловая) 1х3-1 штука 7. Столы, стулья.</p>
--	--

8.3. Перечень лицензионного программного обеспечения

8.3.1. Системное программное обеспечение

8.3.1.1. 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»;

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса (1100 users) (договор № 32514755780 от 06.05.2025 г., срок действия лицензии: по 13.06.2027 г., ООО «Экзакт»).

8.3.1.2. 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).

8.3.2. Прикладное программное обеспечение

8.3.2.1. 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).

Программы обработки данных, информационные системы

Программное обеспечение «ТАНДЕМ. Университет» (лицензионное свидетельство № УГМУ/21 от 22.12.2021, срок действия лицензии: бессрочно), ООО «Тандем ИС»;

Программное обеспечение iSpring Suite Concurrent, конкурентная лицензия на 4

пользователей (договор № 916-л от 30.07.2025, ООО «Ричмедиа»). Срок действия лицензии до 30.07.2026;

Программное обеспечение для организации и проведения вебинаров Сервер видеоконференции PART_CUSTOM_PC-3300 (Реестровая запись №14460 от 08.08.2022), на 10 000 пользователей (Договор № 32515088751 от 18.08.2025, ООО «Инфосейф»). Срок действия лицензии до 29.08.2026;

Право на доступ к системе хранения и распространения медиа архива «Kinescore», для 100 пользователей (Договор № 32514918890 от 26.06.2025, ООО «ПТБО»). Срок действия лицензии до 29.08.2026.

8.3.3. 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». Ссылка на ресурс: <https://www.studentlibrary.ru/>. ООО «КОНСУЛЬТАНТ СТУДЕНТА», Лицензионный договор №157 о предоставлении простой (неисключительной) лицензии на использование «Электронной библиотечной системы «Консультант студента» от 19.12.2023. Срок действия до 31.12.2025 года.

База данных «Консультант врача. Электронная медицинская библиотека». Ссылка на ресурс: <https://www.rosmedlib.ru/>. ООО «ВШОУЗ-КМК», договор № 867КВ/09-2023 от 19.12.2023. Срок действия до 31.12.2025 года.

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

Электронная библиотечная система «Book Up». Доступ к коллекции учебных пособий по анатомии на английском языке. Ссылка на ресурс: <https://www.books-up.ru/>. ООО «Букап», Сублицензионный контракт №73 от 06.03.2023. Срок действия до 31.12.2026 года.

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

Образовательная платформа «Юрайт». Ссылка на ресурс: <https://urait.ru/>. ООО «Юрайт», лицензионный договор № 158 от 19.12.2023. Срок действия до: 31.12.2025 года.

Электронная библиотека УГМУ, институциональный репозиторий на платформе DSpace. Ссылка на ресурс: <http://elib.usma.ru/>. Положение об электронной библиотеке ФГБОУ ВО УГМУ Минздрава России, утверждено и введено в действие приказом ректора ФГБОУ ВО УГМУ Минздрава России Ковтун О.П. от 01.06.2022 г. № 212-р. Договор установки и настройки № 670 от 01.03.2018. Срок действия: бессрочный.

Универсальная база электронных периодических изданий ИВИС, доступ к индивидуальной коллекции научных медицинских журналов. Ссылка на ресурс: <https://dlib.eastview.com/basic/details>. ООО «ИВИС», лицензионный договор № 49-П от 03.05.2023. Срок действия до 30.06.2025 г.

Электронные ресурсы Springer Nature:

- база данных Springer Journals, содержащая полнотекстовые журналы издательства Springer по различным отраслям знаний (выпуски 2021 года). Ссылка на ресурс: <https://link.springer.com/>.

- база данных Springer Journals Archive, содержащая полнотекстовые журналы издательства Springer по различным отраслям знаний (архив выпусков 1946 — 1996 гг.). Ссылка на ресурс: <https://link.springer.com/>.

- база данных Nature Journals, содержащая полнотекстовые журналы Nature Publishing

Group — коллекции Nature journals, Academic journals, Scientific American, Palgrave Macmillan (выпуски 2021 года). Ссылка на ресурс: <https://www.nature.com>.

Письмо РФФИ от 26.07.2021 г. №785 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных Springer Nature в 2021 году на условиях централизованной подписки. Срок действия: бессрочный.

- база данных Springer Journals, 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 Nature Journals, содержащая полнотекстовые журналы Nature Publishing Group, а именно коллекцию Nature journals (выпуски 2022 года). Ссылка на ресурс: <https://www.nature.com>

Письмо РФФИ от 30.06.2022 г. №909 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature. Срок действия: бессрочный

- база данных Springer Journals, 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 Nature Journals, 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 08.08.2022 г. №1065 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature. Срок действия: бессрочный.

- база данных eBook Collections (i.e. 2020 eBook collections) издательства Springer Nature – компании Springer Nature Customer Service Center GmbH. Ссылка на ресурс: <https://link.springer.com/>.

Письмо РФФИ от 17.09.2021 г. №965 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных Springer eBook Collections издательства Springer Nature в 2021 году. Срок действия: бессрочный.

- 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 02.08.2022 г. №1045 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных eBook Collections издательства Springer Nature. Срок действия: бессрочный.

- 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/>.

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

- база данных eBook Collections (i.e. 2023 eBook collections) издательства Springer Nature Customer Service Center GmbH. Ссылка на ресурс: <https://link.springer.com/>.

Письмо РЦНИ от 29.12.2022 г. №1947 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных Springer eBook Collections издательства Springer Nature в 2023 году на условиях централизованной подписки. Срок действия: бессрочный.

- база данных Springer Journals, содержащая полнотекстовые журналы издательства Springer (год издания — 2023 г.), а именно тематическую коллекцию Life Sciences Package. Ссылка на ресурс: <https://link.springer.com/>.

- база данных Nature Journals, содержащая полнотекстовые журналы Nature Publishing Group, а именно журналы Nature journals, Academic journals, Scientific American (год издания — 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package. Ссылка на ресурс:

<https://www.nature.com>.

- база данных Adis Journals, содержащая полнотекстовые журналы издательства Springer Nature, а именно журналы Adis (год издания — 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package. Ссылка на ресурс: <https://link.springer.com/>.

Письмо РЦНИ от 29.12.2022 г. №1948 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature в 2023 году на условиях централизованной подписки. Срок действия: бессрочный.

- база данных Springer Journals, содержащая полнотекстовые журналы издательства Springer (год издания — 2023 г.), а именно тематическую коллекцию Social Sciences Package.

Ссылка на ресурс: <https://link.springer.com/>.

- база данных Nature Journals, содержащая полнотекстовые журналы Nature Publishing Group, а именно журналы Palgrave Macmillan (год издания — 2023 г.) тематической коллекции Social Sciences Package. Ссылка на ресурс: <https://www.nature.com>.

Письмо РЦНИ от 29.12.2022 г. №1949 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature в 2023 году на условиях централизованной подписки. Срок действия: бессрочный.

- база данных Springer Journals, содержащая полнотекстовые журналы издательства Springer (год издания — 2023 г.), а именно тематические коллекции Physical Sciences & Engineering Package. Ссылка на ресурс: <https://link.springer.com/>.

- база данных Nature Journals, содержащая полнотекстовые журналы Nature Publishing Group, а именно журналы Nature journals (год издания — 2023 г.) тематической коллекции Physical Sciences & Engineering Package. Ссылка на ресурс: <https://www.nature.com>.

Письмо РЦНИ от 29.12.2022 г. №1950 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature в 2023 году на условиях централизованной подписки. Срок действия: бессрочный.

Электронная версия журнала «Квантовая электроника». Ссылка на ресурс: <https://quantum-electron.lebedev.ru/arhiv/>. Письмо РЦНИ от 22.12.2022 №1871 О предоставлении лицензионного доступа к электронной версии журнала «Квантовая электроника» в 2022 году на условиях централизованной подписки. Срок действия: бессрочный.

База данных Lippincott Williams and Wilkins Archive Journals издательства Ovid Technologies GmbH. Ссылка на ресурс: <https://ovidsp.ovid.com/autologin.cgi>. Письмо РЦНИ от 22.12.2022 №1870 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных Lippincott Williams and Wilkins Archive Journals издательства Ovid Technologies GmbH в 2022 году на условиях централизованной подписки. Срок действия: бессрочный.

База данных The Wiley Journal Database издательства John Wiley&Sons, Inc. Ссылка на ресурс: <https://onlinelibrary.wiley.com>. Письмо РЦНИ от 07.04.2023 №574 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию баз данных издательства John Wiley&Sons, Inc. в 2023 году на условиях централизованной подписки. Полнотекстовая коллекция журналов, содержащая выпуски за 2023 год. Срок действия: бессрочный.

База данных Medical Sciences Journal Backfiles издательства John Wiley&Sons, Inc. Ссылка на ресурс: <https://onlinelibrary.wiley.com>. Письмо РЦНИ от 31.10.2022 №1401 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных Medical Sciences Journal Backfiles издательства John Wiley&Sons, Inc. в 2022 году на условиях централизованной подписки. Срок действия: бессрочный.

База данных eBook Collections издательства SAGE Publications Ltd. Ссылка на ресурс: <https://sk.sagepub.com/books/discipline>. Письмо РЦНИ от 31.10.2022 №1401 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных eBook Collections издательства SAGE Publications Ltd в 2022 году на условиях централизованной подписки. Срок действия: бессрочный.

Электронная версия журнала «Успехи химии». Ссылка на ресурс: <https://www.uspkhim.ru/>.

Письмо РЦНИ от 21.11.2022 №1541 О предоставлении лицензионного доступа к электронной версии журнала «Успехи химии» в 2022 году на условиях централизованной подписки. Срок действия: бессрочный.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Основная литература

9.1.1. Электронные учебные издания (учебники, учебные пособия).

Основная литература

1. Управление и экономика фармации: учебник /ред. И.А. Наркевич. – М.: ГЭОТАР Медиа, 2017. – 928 с.

2. Фармацевтический маркетинг : учебное пособие / Н. И. Суслов, А. А. Чуринов, М. Е. Добрусина, Е. А. Лосев ; под редакцией Л. Д. Быстрицкого. — 2-е изд. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 318 с. — ISBN 978-5-4497-1266-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/147311.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Атрушкевич, Е. Б. Маркетинг : конспект лекций в структурно-логических схемах / Е. Б. Атрушкевич. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 48 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118391.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/118391>

Дополнительная литература

1. Фармацевтический маркетинг: учебник / Наркевич, Немяных. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2023. - 624 с. - 978-5-9704-7568-3. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. -URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970475683.html> (дата обращения: 25.09.2024). - Режим доступа: по подписке

9.1.2. Электронные базы данных, к которым обеспечен доступ.

Дополнительные информационные ресурсы:

<http://www.rocminzdrav.ru/> - Министерство здравоохранения РФ

<http://www.roszdravnadzor.ru/> - Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения РФ (Росздравнадзор);

<http://www.remedium.ru> – Информационно-аналитический портал Ремедиум;

<http://www.grlsnet.ru/> - сайт Минздрава РФ о зарегистрированных ЛП

<http://www.consultant.ru/> - КонсультантПлюс – надежная правовая поддержка;

<http://www.dsm.ru/> - Маркетинговое агентство DSM Group;

<https://cyberleninka.ru/> Научная электронная библиотека КиберЛенинка

<http://elibrary.ru> Научная электронная библиотека РИНЦ (Elibrary)

9.1.3. Учебники

1. Плетенева Т.В., Успенская Е.В., Мурадова Л.И. Контроль качества лекарственных средств/ Под. Ред. Т.В.Плетенева.-М.:ГЭОТАР-Медиа, 2014 -560 с.

9.1.4. Учебные пособия

9.2. Дополнительная литература

9.2.1. Учебно-методические пособия (учебные задания)

1."ГОСТ Р ИСО 13408-7-2025. Национальный стандарт Российской Федерации. Асептическое производство медицинской продукции. Часть 7. Альтернативные процессы при производстве медицинских изделий и комбинированной медицинской продукции" (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 20.05.2025 N 438-ст)

2."ГОСТ Р 59293-2021. Национальный стандарт Российской Федерации. Чистота воздуха в производстве медицинских изделий" (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 15.01.2021 N 7-ст)

3. "ГОСТ Р 57502-2017. Национальный стандарт Российской Федерации. Изделия медицинские. Промышленный регламент производства" (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 08.06.2017 N 514-ст)
4. "ГОСТ Р 58454-2019. Национальный стандарт Российской Федерации. Система разработки и постановки продукции на производство. Изделия медицинские. Термины и определения" (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 30.07.2019 N 433-ст)
5. Постановление правительства РФ от 10 февраля 2022 г. N 145 ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПРАВИЛ ИЗЪЯТИЯ ИЗ ОБОРОТА И УНИЧТОЖЕНИЯ ФАЛЬСИФИЦИРОВАННЫХ МЕДИЦИНСКИХ ИЗДЕЛИЙ, НЕДОБРОКАЧЕСТВЕННЫХ МЕДИЦИНСКИХ ИЗДЕЛИЙ И КОНТРАФАКТНЫХ МЕДИЦИНСКИХ ИЗДЕЛИЙ
6. Постановление правительства РФ от 30 июня 2021 г. N 1066 О ФЕДЕРАЛЬНОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ КОНТРОЛЕ (НАДЗОРЕ) ЗА ОБОРОТОМ МЕДИЦИНСКИХ ИЗДЕЛИЙ
7. Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 3 ноября 2016 г. N 77 ПРАВИЛА НАДЛЕЖАЩЕЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА
8. Постановление Правительства РФ от 30.11.2024 N 1684 (ред. от 30.12.2025) "Об утверждении Правил государственной регистрации медицинских изделий"
9. Приказ Минпромторга России от 19.11.2021 N 4577 "Об утверждении Требований к форматам заявлений и иных документов, необходимых для предоставления государственных услуг, в форме электронных документов и признании утратившими силу приказов Минпромторга России от 30 июня 2017 г. N 2132 и от 7 сентября 2020 г. N 2948" (Зарегистрировано в Минюсте России 28.12.2021 N 66628)
10. Приказ Минпромторга России от 19.07.2017 N 2338 "Об образовании Комиссии по отнесению медицинских изделий и лекарственных препаратов для медицинского применения к промышленной продукции, не имеющей аналогов, произведенных в Российской Федерации"
11. Приказ Минздрава России от 20.03.2020 N 206н (ред. от 22.04.2021) "Об утверждении Порядка организации и проведения экспертизы качества, эффективности и безопасности медицинских изделий" (Зарегистрировано в Минюсте России 22.07.2020 N 59043)

10. Аттестация по дисциплине.

Аттестация обучающихся проводится в соответствии с разработанной балльно-рейтинговой системой оценивания учебных достижений студентов по дисциплине, которая изучается в 7 семестре в формате зачета. Балльно-рейтинговая система оценивания учебных достижений обучающихся заключается в формировании итоговой рейтинговой оценки обучающегося на основе кумулятивного принципа. Студент допускается до зачета, если его рейтинг в семестре по дисциплине составил 40 и более рейтинговых баллов. Максимальная сумма рейтинговых баллов по итогам итогового контроля (зачета) знаний и умений составляет 100 рейтинговых баллов. Максимальный рейтинг при сдаче зачета обучающимся составляет 20 рейтинговых баллов.

11. Фонд оценочных средств по дисциплине

ФОС для проведения промежуточной аттестации (представлен в приложении №1).