

Рабочая программа учебной дисциплины «Фармацевтический маркетинг» разработана на основании учебного плана ОПОП ВО по специальности 33.05.01 Фармация (уровень высшего образования - специалитета), утвержденного Ученым советом ФГБОУ ВО ДГМУ Минздрава России, протокол №1 от 29 августа 2019 г., в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 33.05.01 - Фармация (уровень высшего образования – специалитет), утвержденным приказом от 27.03.2018 г. Министерства образования и науки Российской Федерации №219.

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена на заседании кафедры от «28» августа 2019 г.

Рабочая программа согласована:

1. Директор НМБ ДГМУ _____ (В.Р. Мусаева)
2. УУМР, С и ККО _____ (А.М. Каримова)
3. Декан фармацевтического факультета _____ (М.М. Газимагомедова)

Заведующий кафедрой _____ к.фарм.н., доцент,
Г.С. Баркаев

Разработчик (и) рабочей программы:

1. Г.С.Баркаев - заведующий кафедрой, к.фарм.н.,доц.
2. Ф.Т.Магомедова - ассистент кафедры, к.фарм.н.

Рецензенты:

- 1.Р.С.Гаджиев - доктор мед.наук, профессор, зав.кафедрой общественного здоровья и здравоохранения ДГМУ
- 2.Т.А.Ибрагимов - к.фарм.н.,доцент кафедры аналитической и фармацевтической химии ДГУ

СОДЕРЖАНИЕ

№	Раздел рабочей программы дисциплины	Стр.
1.	Цель и задачи освоения дисциплины	4
2.	Требования к результатам освоения дисциплины	4
3.	Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы	6
4.	Трудоемкость учебной дисциплины и виды контактной работы	6
5.	Структура и содержание учебной дисциплины	7
5.1.	Разделы учебной дисциплины и компетенции, которые должны быть освоены при их изучении	7
5.2.	Разделы дисциплины, виды учебной деятельности и формы текущего контроля	8
5.3.	Название тем лекций с указанием количества часов	9
5.4.	Название тем практических занятий с указанием количества часов	11
5.5.	Самостоятельная работа обучающегося по дисциплине	12
6.	Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	13
7.	Перечень ресурсов информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»	14
8.	Образовательные технологии	14
9.	Материально-техническое обеспечение	15
10.	Кадровое обеспечение	16
11.	Лист регистрации изменений в рабочую программу	17
	<i>Приложение:</i> Фонд оценочных средств	18

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: приобретение и совершенствование профессиональных знаний фармацевтических работников в области фармацевтического маркетинга, ассортиментной политики и надлежащей аптечной практики реализации лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента

Задачи:

- Познакомиться с ключевыми понятиями и особенностями фармацевтического маркетинга.
- Изучить основные особенности ассортиментной политики.
- Освоить методики эффективной реализации лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код и наименование компетенции (или ее части)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Общепрофессиональные компетенции	
ОПК-3. Способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств	ИД-2 ОПК-3. Учитывает при принятии управленческих решений экономические и социальные факторы, оказывающие влияние на финансово-хозяйственную деятельность фармацевтических организаций
знать: <ul style="list-style-type: none">– нормативные и законодательные акты по охране здоровья населения, регламентирующие фармацевтическую деятельность;– основные принципы здравоохранения и лекарственного обеспечения населения и ЛПУ Российской Федерации;– современные достижения фармацевтической науки и практики;– номенклатура товаров аптечного ассортимента и медицинской продукции, правила их хранения и отпуска;– положения нормативных правовых актов, регулирующих обращение лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента, включая выписывание рецептов/требований, отпуск лекарственных препаратов, медицинских изделий и их хранение;– современный ассортимент лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента по различным фармакологическим группам, их характеристики, медицинские показания и способ применения, противопоказания, побочные действия, синонимы и аналоги;– мерчандайзинг в аптечных организациях;– фармацевтический маркетинг;– информационно-коммуникационные технологии и компьютеризированные системы, использующиеся при отпуске лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента, современные методы поиска и оценки фармацевтической информации;– современные методы и подходы к обеспечению качества фармацевтической помощи;– правила ценообразования и цены на лекарственные средства и товары аптечного ассортимента;	

- распознавать состояния, жалобы, требующие консультации врача;
- санитарно-эпидемиологические требования к организации оптовой и розничной торговли лекарственными средствами и товарами аптечного ассортимента.

уметь:

- интерпретировать положения законодательных актов и других нормативных правовых актов, регулирующих обращение лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента;
- осуществлять учет и отпуск лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента в аптечных организациях в соответствии с установленными требованиями;
- осуществлять предпродажную подготовку и выкладку лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента в торговом зале/витринах отделов в соответствии с действующими нормативными правовыми актами и правилами хранения;
- пользоваться компьютеризированными системами, используемыми в аптечных организациях;
- использовать современные информационные технологии для получения и проверки информации о лекарственных препаратах и других товарах аптечного ассортимента;
- анализировать и оценивать результаты собственной деятельности, деятельности коллег и других работников для предупреждения профессиональных ошибок и минимизации рисков для пациента;
- вести кассовые, организационно-распорядительные, отчетные документы и нормативные правовые акты в области фармации;
- осуществлять эффективные коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке с коллегами, другими работниками здравоохранения и пациентами при решении профессиональных задач;
- самостоятельно планировать и организовывать свою производственную деятельность и эффективно распределять свое время;
- пользоваться современными информационно-коммуникационными технологиями, прикладными программами обеспечения фармацевтической деятельности для решения профессиональных задач.

владеть:

- Информацией по удовлетворению требований по защите прав потребителей и продавцов для обеспечения фармацевтической деятельности;
- Методикой организации лекарственной помощи льготным категориям граждан бесплатными лекарственными препаратами;
- Техниками приемочного контроля и контроля при отпуске;
- Техниками выявления фальсифицированных лекарственных средств по пунктам упаковка, маркировка;
- Контролем при отпуске лекарственной формы (соответствие наименования рецепту/требованию, дозировки наркотических средств, психотропных, ядовитых и сильнодействующих веществ возрасту пациента, целостности упаковки, правильности маркировки);
- Внутренним контролем за соблюдением порядка отпуска лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента;
- Делопроизводством по ведению кассовых, организационно-распорядительных, отчетных документов;

Отпуском лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента в подразделениях медицинских организаций

Профессиональные компетенции (ПК)	
ПК-2. Способен решать задачи профессиональной деятельности при осуществлении отпуска и реализации лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации.	ИД-5 ПК-2 Осуществляет предпродажную подготовку, организует и проводит выкладку лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента в торговом зале и (или) витринах отделов аптечной организации
<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – нормативные и законодательные акты по охране здоровья населения, регламентирующие фармацевтическую деятельность; – основные принципы здравоохранения и лекарственного обеспечения населения и ЛПУ Российской Федерации; – современные достижения фармацевтической науки и практики; – номенклатура товаров аптечного ассортимента и медицинской продукции, правила их хранения и отпуска; – положения нормативных правовых актов, регулирующих обращение лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента, включая выписывание рецептов/требований, отпуск лекарственных препаратов, медицинских изделий и их хранение; – современный ассортимент лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента по различным фармакологическим группам, их характеристики, медицинские показания и способ применения, противопоказания, побочные действия, синонимы и аналоги; – мерчандайзинг в аптечных организациях; – фармацевтический маркетинг; – информационно-коммуникационные технологии и компьютеризированные системы, используемые при отпуске лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента, современные методы поиска и оценки фармацевтической информации; – современные методы и подходы к обеспечению качества фармацевтической помощи; – правила ценообразования и цены на лекарственные средства и товары аптечного ассортимента; – распознавать состояния, жалобы, требующие консультации врача; – санитарно-эпидемиологические требования к организации оптовой и розничной торговли лекарственными средствами и товарами аптечного ассортимента. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – интерпретировать положения законодательных актов и других нормативных правовых актов, регулирующих обращение лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента; – осуществлять учет и отпуск лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента в аптечных организациях в соответствии с установленными требованиями; – осуществлять предпродажную подготовку и выкладку лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента в торговом зале/витринах отделов в соответствии с действующими нормативными правовыми актами и правилами хранения; – пользоваться компьютеризированными системами, используемыми в аптечных организациях; 	

- использовать современные информационные технологии для получения и проверки информации о лекарственных препаратах и других товарах аптечного ассортимента;
- анализировать и оценивать результаты собственной деятельности, деятельности коллег и других работников для предупреждения профессиональных ошибок и минимизации рисков для пациента;
- вести кассовые, организационно-распорядительные, отчетные документы и нормативные правовые акты в области фармации;
- осуществлять эффективные коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке с коллегами, другими работниками здравоохранения и пациентами при решении профессиональных задач;
- самостоятельно планировать и организовывать свою производственную деятельность и эффективно распределять свое время;
- пользоваться современными информационно-коммуникационными технологиями, прикладными программами обеспечения фармацевтической деятельности для решения профессиональных задач.

владеть:

- Информацией по удовлетворению требований по защите прав потребителей и продавцов для обеспечения фармацевтической деятельности;
- Методикой организации лекарственной помощи льготным категориям граждан бесплатными лекарственными препаратами;
- Техниками приемочного контроля и контроля при отпуске;
- Техниками выявления фальсифицированных лекарственных средств по пунктам упаковка, маркировка;
- Контролем при отпуске лекарственной формы (соответствие наименования рецепту/требованию, дозировки наркотических средств, психотропных, ядовитых и сильнодействующих веществ возрасту пациента, целостности упаковки, правильности маркировки);
- Внутренним контролем за соблюдением порядка отпуска лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента;
- Делопроизводством по ведению кассовых, организационно-распорядительных, отчетных документов;
- Отпуском лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента в подразделения медицинских организаций.

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Разделы дисциплины и компетенции, которые формируются при их изучении

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Код контролируемой компетенции
<p>Раздел 1. Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»</p>	<p>1.1 Введение в маркетинг. Теоретические основы фармацевтического маркетинга. Структура фармацевтического рынка. Эволюция концепций маркетинга. Современные концепции маркетинга. Базовые категории маркетинга: нужда, потребность, спрос. Эластичность спроса. Фармацевтический маркетинг: цели, формы, принципы, функции.</p> <p>1.2 Понятие товара в фармацевтическом маркетинге. Ассортиментная политика фармацевтической организации. Жизненный цикл товара. Стратегия формирования «ассортиментного портфеля». Бренды. Фармацевтическая среда. Типы потребителей фармацевтических товаров.</p> <p>1.3 Цена. Принципы ценообразования на фармацевтическом рынке. Важнейшие факторы, влияющие на принятия решения о ценообразовании.</p> <p>1.4 Маркетинговые условия повышения качества фармацевтической помощи. Современные методы и подходы к обеспечению качества фармацевтической помощи. Организация лекарственной помощи в медицинских организациях. Фармацевтическая помощь категориям граждан, имеющим право на бесплатное и льготное лекарственное обеспечение.</p>	<p>ОПК-3 ИД-2 ОПК-3 ПК-2 ИД-5 ПК-2</p>
<p>Раздел 2. Стратегия продвижения товаров на фармацевтическом рынке.</p>	<p>2.1 Принципы продвижения товаров на фармацевтическом рынке. Сегментирование рынка лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента. Мерчандайзинг в аптечных организациях. Реклама и выбор рекламных носителей. Конкуренция на фармацевтическом рынке. Управление рисками.</p> <p>2.2 Маркетинговые методы изучения спроса и определения потребности, на лекарственные средства и товары аптечного ассортимента. Изучение спроса на лекарственные препараты, Выбор поставщика. Методы определения потребности в лекарственных препаратах.</p>	<p>ОПК-3 ИД-2 ОПК-3 ПК-2 ИД-5 ПК-2</p>

	<p>Изучение спроса на товары аптечного ассортимента.</p> <p>2.3 Маркетинговые технологии развития и совершенствования фармацевтической помощи. Современная стратегия фармации: стандарты качества аптечных услуг (GPP) Маркетинговое значение лекарственной формы и упаковки. Профессиональное консультирование в фармацевтическом бизнесе.</p> <p>2.4 Кадровый маркетинг. Организационная структура фармацевтических организаций. Методы планирования и поиски персонала. Адаптация, обучение и развитие персонала. Формирование коммуникативных навыков, навыков убеждения.</p>	
--	---	--

5.2. Разделы дисциплины, виды учебной деятельности и формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной работы, час.			Всего час.
		аудиторная		внеаудиторная	
		Л	ПЗ	СРО	
1.	Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»	8	24	4	36
2.	Стратегия продвижения товаров на фармацевтическом рынке.	8	24	4	36
	ИТОГО:	16	48	8	72

5.3. Название тем лекций с указанием часов

Раздел дисциплины	Тематика лекций	Количество часов в семестре
		№7
Раздел 1. Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»	Л 1. Теоретические основы фармацевтического маркетинга.	2
	Л 2. Понятие товара в фармацевтическом маркетинге.	2
	Л 3. Цена. Принципы ценообразования на фармацевтическом рынке.	2
	Л 4. Маркетинговые условия повышения качества фармацевтической помощи.	2

Раздел 2. Стратегия продвижения товаров на фармацевтическом рынке	<i>Л 5.</i> Принципы продвижения товаров на фармацевтическом рынке. Сегментирование рынка лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента.	2
	<i>Л 6.</i> Маркетинговые методы изучения спроса и определение потребности, на лекарственные средства и товары аптечного ассортимента.	2
	<i>Л 7.</i> Маркетинговые технологии развития и совершенствования фармацевтической помощи. Современная стратегия фармации: стандарты качества аптечных услуг (GPP) Маркетинговые значение лекарственной формы и упаковки.	2
	<i>Л 8.</i> Кадровый маркетинг.	2
ИТОГО:		16

5.4. Название тем практических занятий с указанием содержания и количества часов

Раздел дисциплины	Тематика практических занятий	Формы текущего контроля	Количество часов в семестре
			№7
Раздел 1. Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»	<i>ПЗ.1</i> Введение в маркетинг. Теоретические основы фармацевтического маркетинга. Структура фармацевтического рынка. Эволюция концепций маркетинга. Современные концепции маркетинга.	С	3
	<i>ПЗ.2</i> Базовые категории маркетинга: нужда, потребность, спрос. Эластичность спроса	С	3
	<i>ПЗ.3</i> Фармацевтический маркетинг: цели, формы, принципы, функции.	С,Т	3
	<i>ПЗ.4</i> Ассортиментная политика фармацевтической организации. Жизненный цикл товара. Стратегия формирования «ассортиментного портфеля». Бренды.	С,Т	3
	<i>ПЗ.5</i> Фармацевтическая среда. Типы потребителей фармацевтических товаров. Потребительский выбор на рынке ОТС и рецептурных препаратов.	С,Т	3
	<i>ПЗ.6</i> Практика исследования и разработки лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента.	С	3
	<i>ПЗ.7</i> Принципы ценообразования на фармацевтическом рынке. Важнейшие факторы, влияющие на принятия решения о ценообразовании.	С,Т	3

	<i>ПЗ.8</i> Современные методы и подходы к обеспечению качества фармацевтической помощи. Организация лекарственной помощи в медицинских организациях. Фармацевтическая помощь категориям граждан, имеющим право на бесплатное и льготное лекарственное обеспечение	С	3
Раздел 2. Стратегия продвижения товаров на фармацевтическом рынке	<i>ПЗ.9</i> Принципы продвижения товаров на фармацевтическом рынке. Реклама и выбор рекламных носителей.	С,Т	3
	<i>ПЗ.10</i> Сегментирование рынка лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента.	С,Т	3
	<i>ПЗ.11</i> Мерчандайзинг в аптечных организациях.	С	3
	<i>ПЗ.12</i> Конкуренция на фармацевтическом рынке. Управление рисками	С	3
	<i>ПЗ.13</i> Изучение спроса на лекарственные препараты. Выбор поставщика. Методы определения потребности в лекарственных препаратах. Изучение спроса на товары аптечного ассортимента.	С,Т	3
	<i>ПЗ.14</i> Инновационные формы лекарственного обслуживания населения. Современная стратегия фармации: стандарты качества аптечных услуг (GPP). Санитарно-эпидемиологические требования к качеству аптечных услуг.	С	3
	<i>ПЗ.15</i> Маркетинговое значение лекарственной формы и упаковки. Профессиональное консультирование в фармацевтическом бизнесе. Принципы формирования лояльности потребителей.	С,Т	3
	<i>ПЗ.16</i> Организационная структура фармацевтических организаций. Методы планирования и поиска персонала. Адаптация, Формирование коммуникативных навыков, навыков убеждения.	С,Т	3
Промежуточная аттестация:	зачет	устно	
ИТОГО:		48	

Формы текущего контроля успеваемости (с сокращениями): Т – тестирование, С – собеседование по контрольным вопросам и другие.

3.5. Самостоятельная работа обучающегося по дисциплине

№ п/п	Раздел дисциплины	Наименование работ	Трудо-емкость (час)	Формы контроля
1.	Раздел 1. Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»	Предмет, цели и задачи курса «маркетинг» Сущность маркетинга История становления маркетинга Управление маркетинговой деятельностью предприятия Маркетинговые исследования	4	С
2.	Раздел 2. Стратегия продвижения товаров на фармацевтическом рынке	Стратегический маркетинг на предприятии Комплекс маркетинга Управление товаром в системе маркетинговой деятельности предприятия Поведение потребителей. Анализ поведения потребителей Ценовой маркетинг Сбыт в системе маркетинга Маркетинговые коммуникации Программа маркетинговой деятельности предприятия Система маркетингового контроля Маркетинговые службы предприятий	4	С
	Итого:		8	

Формы текущего контроля успеваемости (с сокращениями): Р – написание и защита реферата, С – собеседование по контрольным вопросам и другие

6. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная литература

Печатные издания

№	Наименование издания	Кол-во экз. в библиотеке
1.	Управление и экономика фармации: учебник / под ред. И.Л. Багировой – Москва: Медицина, 2008. – 720 с. ISBN 5-255-04120-5	100

Электронные издания

№	Наименование издания
1.	Наркевич, И. А. Управление и экономика фармации: учебник / под ред. И. А. Наркевича. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2017. - 928 с.: ил. - 928 с. Москва, 2018. – доступ по логину и паролю. URL https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970442975.html . Текст: электронный
2.	Вялков, А. И. Управление и экономика здравоохранения / Под ред. А. И. Вялкова, Кучеренко В. З., Райзберг Б. А. и др. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2013. - 664 с. Москва, 2018. – доступ по логину и паролю URL: https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970421840.html . Текст: электронный

6.2. Дополнительная литература

Печатные издания

№	Наименование издания	Кол-во экз. в библиотеке
1.	Васнецова О.А. Медицинское и фармацевтическое товароведение: учебник для вузов / О.А. Васнецова. – М. : ГЭОТАР-Медиа, 2005, 608с. ISBN 5-9704-0145-5	36
2.	Медицинское и фармацевтическое товароведение: учебник для студентов фарм.фак. мед вузов / С.Э. Умаров, И.А. Наркевич, Н.Л.Костенко, Т.Н.Пучинина.- Москва :ГЭОТАР-Медиа, 2003.-368 с. ISBN 5-921-0297-8	30
3.	Управление и экономика фармации: учебник Т.З. Экономика аптечных организаций / Под ред. Е.Е. Лоскутова –Москва: ИЦ «Академия».2008.-432 с. ISBN 978-5-7695-4717-1	9

Электронные издания

№	Наименование издания
1.	Внукова, В. А. Правовые основы фармацевтической деятельности / В. А. Внукова, И. В. Спичак - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2018. - 416 с. Москва, 2018. – доступ по логину и паролю. URL: https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970443491.html .. Текст: электронный

7. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

Адрес сайта кафедры: <https://dgmru.ru/fakultety/farmatsevticheskiy-fakultet>

- Chemlib.ru, Chemist.ru, ACDLabs, MSU.Chem.ru., и др.

- ЭБС «Консультант студента» <http://www.studmedlib.ru/> (вход зарегистрированным пользователям через портал сайта ДГМА <http://www.dgma.ru/>)

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При изучении дисциплины применяются общий пакет документов интернет – материалов, предоставляющих широкие возможности для совершенствования вузовской подготовки по нормальной физиологии с целью усвоения навыков образовательной деятельности. Стандартными возможностями большинства программ являются реализация дидактического принципа наглядности в обучении; их использование дает возможность студентам применять для решения образовательной задачи различные способы.

Методы обучения с использованием информационных технологий.

К методам обучения с использованием информационных технологий, применяемых на занятиях по дисциплине «Фармацевтический маркетинг», относятся:

- компьютерное тестирование;
- демонстрация мультимедийных материалов, в том числе видеофильмов;
- перечень поисковых систем (площадка moodle.dgmu.ru).
- перечень энциклопедических сайтов.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Сведения о материально-техническом обеспечении, необходимом для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Адрес (местоположение) здания, строения, сооружения, помещения	Собственность или оперативное управление, хоз. ведение, аренда, субаренда, безвозм. пользование	Наименование дисциплины	Назначение оснащенных зданий, сооружений, помещений*, территорий с указанием площади (кв.м.)	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	2	3	4	5	6	7	8
	Ул. Шамиля 48, учебно-лабораторный корпус 1 этаж	Опер. управление.	Фармацевтический маркетинг	Для учебного и научного образовательного процесса предусмотрены: 1) аудитория № 7 – 30 м ² 2) «Научная комната 4» - 15м ²	1. Для лекционных занятий -аудитория № 5 .	Для лекционных занятий: Оверхед проектор -1; таблицы 1. Стол для титрования Для самостоятельных занятий: Персональный компьютер-1; Принтер лазерный HPLJ-1020	Перечень программного обеспечения (Win HOME 10 Russian OLP (Сублицензионный договор Tr000044429 от 08.12.15 г.); Kaspersky Edition Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 100-149 Node (Лицензионный договор № 1081-2015 от 14.10.2015г); Office ProPlus 2013 RUS OLP NL Acdmc (договор №ДП-026 от 16.10.13г) и т.д.)

10. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Сведения о кадровом обеспечении, необходимом для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Общее количество научно-педагогических работников, реализующих дисциплину – 2 чел.

Общее количество ставок, занимаемых научно-педагогическими работниками, реализующими дисциплину – 1

№	ФИО преподавателя	Условия привлечения (штатный, внутренний совместитель, внешний совместитель, по договору)	Занимаемая должность, ученая степень/ученое звание	Перечень преподаваемых дисциплин согласно учебному плану	Образование (какое образовательное учреждение профессионального образования окончил, год)	Уровень образования, наименование специальности по диплому, наименование присвоенной квалификации	Объем учебной нагрузки по дисциплине (доля ставки)	Сведения о дополнительном профессиональном образовании, год		Стаж практической работы по профилю образовательной программы в профильных организациях с указанием периода работы и должности
								спец	пед	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Магомедова Ф.Т.	Штатный работник	Ассистент	Фармацевтический маркетинг	ДГМА 2005 г	Высшее профессиональное провизор	0,75 ст	-	-	С 2016г- по наст. время ассистент каф фармации

11. ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ

Изменения в рабочую программу вносятся на основании приказов и распоряжений ректора, а также на основании решений о совершенствовании учебно-методического обеспечения дисциплины, утвержденных на соответствующем уровне (решение ученого совета), ЦКМС и регистрируются в лист изменений.

Лист регистрации изменений в рабочую программу

Учебный год	Дата и номер извещения	Реквизиты протокола	Раздел, подразделение	Подпись регистрирующего изменения
20 - 20				
20 - 20				
20 - 20				
20 - 20				

ПРИЛОЖЕНИЕ к РП

