

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

«ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»

Б1.О.28

Направление подготовки (специальность): 33.05.01. «Фармация»

Уровень высшего образования: Специалитет

Квалификация выпускника: Провизор

Факультет фармацевтический

Форма обучения очная

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.

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ФГОС ВО 3++

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 Учитывает при принятии управленческих решений экономические и социальные факторы, оказывающие влияние на финансово-хозяйственную деятельность фармацевтических организаций
Профессиональные компетенции (ПК)	

<p>ПКО-4. Способен участвовать в мониторинге качества, эффективности и безопасности лекарственных средств и лекарственного растительного сырья</p>	<p>ИД-4 Осуществляет предпродажную подготовку, организует и проводит выкладку лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента в торговом зале и (или) витринах отделов аптечной организации</p>
---	--

знать:

- 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;
- 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 упаковки, 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.

3. Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Фармацевтический маркетинг» относится к блоку Б.1. к обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)».

Предшествующими, на которых непосредственно базируется дисциплина «Фармацевтический маркетинг», являются «Управление и экономика фармации», «Медицинское и фармацевтическое товароведение», «Фармацевтическая логистика», «Введение в специальность. Обращение лекарственных средств», «Фармацевтическое информирование», «Фармакоэкономика».

Дисциплина «Фармацевтический маркетинг» является основополагающей для изучения дисциплины «Управление и экономика фармации» и производственной практики по управлению и экономике фармацевтических организаций. Изучение данной дисциплины должно способствовать достижению целей обучения и подготовки будущих специалистов.

Освоение компетенций в процессе изучения дисциплины способствует формированию знаний, умений и навыков, позволяющих осуществлять эффективную работу по реализации следующего типа задач профессиональной деятельности: 01 Образование и наука (в сфере научных исследований) и 02 Здравоохранение (в сфере обращения лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента).

4. Трудоемкость учебной дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часов.

Лекции 16 ч.

Практические занятия – 48 ч

Самостоятельная работа -8 ч.

5. Основные разделы дисциплины

Раздел 1. Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»

Раздел 2. Стратегия продвижения товаров на фармацевтическом рынке.

6. Форма промежуточной аттестации.

Формой промежуточной аттестации является дифференцированный зачет в 7 семестре.

Кафедра – разработчик: кафедра фармации

Зав. кафедрой фармации _____



Г.С. Баркаев