

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Современные маркетинговые технологии в управлении фармацевтической деятельностью»

Шифр дисциплины в учебном плане: Б1.В.ДВ.1.2

Направление подготовки: высшее образование (уровень подготовки кадров высшей квалификации - ординатура)

Наименование укрупненной группы специальности: 33.00.00 Фармация

Наименование специальности: 33.08.02 «Управление и экономика фармации»

Квалификация: Провизор-менеджер

Объем: 72 часов/2 ЗЕ

Форма контроля: зачет

Цель освоения дисциплины: подготовка квалифицированного провизора-менеджера по специальности 3.08.02 «Управление и экономика фармации», обладающего комплексом универсальных и профессиональных компетенций, способного и готового для самостоятельной профессиональной деятельности в сфере обращения лекарственных средств; подготовка специалистов с достаточным уровнем знаний и практических навыков планирования, реализации и анализа маркетинговой деятельности в сфере обращения лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента.

Задачи изучения дисциплины:

– Сформировать профессиональные знания, умения, навыки с целью выработки способности к самостоятельному проведению маркетингового анализа на основе имеющихся финансовых и коммерческих данных, анализу рыночной среды;

– Совершенствовать знания, умения, навыки по планированию маркетинговой деятельности с ориентацией на товары, торговые марки, целевые рынки;

– Совершенствовать знания, умения, навыки пользования современными средствами и технологиями и, в том числе информационными, соблюдения основных требований информационной безопасности.

Планируемые результаты обучения:

В результате освоения программы дисциплины у обучающегося формируются универсальные и профессиональные компетенции:

В результате освоения программы дисциплины у обучающегося формируются универсальные и профессиональные компетенции:

Универсальные компетенции (УК-1):

– готовность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

Профессиональные компетенции (ПК-4,5,6):

– готовность к применению основных принципов управления в профессиональной сфере (ПК-4)

– готовность к организации фармацевтической деятельности (ПК-5)

– готовность к оценке экономических и финансовых показателей, применяемых в сфере обращения лекарственных средств (ПК-6)

Краткое содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной работы (в АЧ)					Оценочные средства
		Л	С	ПЗ	СР	всего	
1.	Система маркетинговой информации. Маркетинг и его роль в экономике фармацевтических организаций. Комплекс маркетинга; его разработка. Внедрение маркетинговых	1	3	8	6	18	опрос, тесты,

	мероприятий на фармацевтическом рынке.						
2	Планирование и анализ маркетинговой деятельности фармацевтической организации. Методы изучения покупательского поведения. Методы распространения и продвижения лекарственных средств на фармацевтическом рынке	1	3	8	6	18	опрос, тесты,
3	Характеристика товаров на фармацевтическом рынке. Стратегия разработки новых товаров. Жизненный цикл товара. Этапы жизненного цикла товара как источники формирования потоков маркетинговой информации.	1	3	8	6	18	опрос, тесты,
4	Формирование цен на лекарственные средства. Ценообразование на разных типах рынков. Подходы к проблеме ценообразования. Виды и выбор ценовых стратегий.	1	3	8	6	18	опрос, тесты,
	ИТОГО:	4	12	32	24	72	

Л – лекции, ЛП – лабораторный практикум, ПЗ – практические занятия, КПЗ – клинические практические занятия, С – семинары, СР – самостоятельная работа.