

**Аннотация**  
**к рабочей программе по дисциплине**  
**«Фармацевтический маркетинг и менеджмент»**  
**Б.1 В.9**

Направление подготовки (специальность) **33.05.01 Фармация**

Уровень высшего образования – **специалитет**

Квалификация (степень) выпускника – **провизор**

Факультет – **фармацевтический**

Форма обучения – **очная**

Трудоемкость (зачетные единицы; часы)	3 зачетные единицы, 108 часов
Цель дисциплины	Овладение знаниями в сфере оказания квалифицированной, оперативной, доступной фармацевтической помощи, обеспечении гарантий безопасности использования лекарственных средств, формирование готовности выпускника к использованию знаний, умений и навыков в профессиональной деятельности провизора
Место дисциплины в структуре образовательной программы	Вариативная часть образовательной программы: Блок 1
Обеспечивающие (предшествующие) дисциплины	Латинский язык, управление и экономика фармации
Обеспечиваемые (последующие) дисциплины	Производственная практика «Управление и экономика аптек учреждений», Государственная итоговая аттестация (Междисциплинарный экзамен)
Формируемые компетенции	ПК-4
Результаты освоения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные научные понятия в области общего и фармацевтического маркетинга и менеджмента;</li> <li>- общие тенденции, закономерности и этапы развития фармацевтического маркетинга и менеджмента;</li> <li>- основные научные подходы, концепции, принципы, методы фармацевтического маркетинга и менеджмента;</li> <li>- основы правового регулирования управленческой и маркетинговой деятельности фармацевтических организаций и специалистов, осуществляющих фармацевтическую деятельность;</li> <li>- структуру, задачи и функции маркетинговых служб фармацевтических организаций; факторы, влияющие на формирование потребности, спроса на товары торгового ассортимента аптек</li> </ul>

организаций;

- принципы определения потребности, спроса на фармацевтические и парафармацевтические товары;
- типовые методики определения потребности в лекарственных средствах;
- основные направления формирования и реализации ассортиментной политики аптечных организаций;
- этапы и порядок проведения маркетинговых исследований в фармации;
- основные концепции и школы менеджмента;
- системы и организационные структуры управления;
- содержание управленческого труда руководителей фармацевтических организаций;
- основы кадровой политики фармацевтической организации;
- квалификационные требования, предъявляемые к фармацевтическим работникам;
- классификацию и основные виды документов;
- порядок документирования и организации работы с документами в фармацевтической организации;
- этико-деонтологические принципы фармацевтической деятельности; основы конфликтологии.

Уметь:

- самостоятельно работать с учебной, справочной литературой, систематизировать информацию и использовать ее для решения профессиональных задач;
- ориентироваться в выборе нормативной документации, необходимой для решения управленческих и маркетинговых задач;
- анализировать исходные данные и осуществлять расчеты по определению потребности, спроса на различные группы и виды товаров торгового ассортимента аптечных организаций;
- рассчитывать основные показатели, характеризующие рациональность структуры торгового ассортимента аптечных организаций;
- разрабатывать ассортиментную политику по формированию оптимального торгового ассортимента аптечных организаций;
- проводить маркетинговые исследования

субъектов и объектов фармацевтического рынка;

- проводить анализ и формирование существующей или проектируемой системы и организационной структуры управления аптеки;

- разрабатывать иерархическую структуру целей фармацевтической организации;

- применять методы менеджмента при осуществлении управленческой деятельности;

- выбирать рациональные варианты действий в практических задачах принятия управленческих решений;

- определять экономическую эффективность управленческого труда;

- распределять обязанности между сотрудниками фармацевтической организации;

- выбирать и корректировать стиль управления в соответствии с социально-производственной ситуацией, уровнем развития трудового коллектива;

- использовать соответствующие способы мотивации членов трудового коллектива;

- проводить основные кадровые мероприятия;

- планировать потребность в фармацевтических кадрах;

- планировать и проводить мероприятия по охране труда и технике безопасности;

- составлять и оформлять служебные документы;

- принимать, обрабатывать, регистрировать входящие документы;

- оформлять номенклатуру дел;

- формировать дела и систематизировать отдельные категории документов;

- применять этико-деонтологические методы работы с посетителями аптеки, медицинскими работниками;

- разрешать конфликтные ситуации, возникшие в трудовом коллективе.

Владеть:

- навыками применения методик определения показателей потребности, спроса на товары торгового ассортимента аптечных организаций;

- навыками анализа и формирования рационального торгового ассортимента аптечных организаций;

- навыками разработки комплекса мероприятий, направленных на стимулирование сбыта фармацевтических

	<p>товаров;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками применения методов и приемов, обеспечивающих эффективную и добросовестную конкуренцию на рынке фармацевтических товаров и услуг;</li> <li>- навыками сбора и обобщения информации, проведения маркетинговых исследований фармацевтического рынка;</li> <li>- навыками анализа, моделирования систем и структур управления фармацевтическими организациями;</li> <li>- навыками применения методов управления трудовыми коллективами фармацевтических организаций;</li> <li>- навыками разработки и принятия управленческих решений;</li> <li>- навыками ведения делопроизводства в аптечных организациях;</li> <li>- навыками служебного общения фармацевтических работников с коллегами, посетителями аптечных организаций, медицинскими работниками</li> </ul>
Основные разделы дисциплины	<p>Фармацевтический маркетинг Фармацевтический менеджмент</p>
Виды учебной работы	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента</p>
Используемые инновационные (активные и интерактивные) методы обучения	<p>Лекция-визуализация, практическое занятие в форме практикума</p>
Формы текущего (рубежного) контроля	<p>Тестирование, проверка рабочей тетради, контрольная работа</p>
Форма промежуточной аттестации	<p>Зачет</p>