

## Аннотация рабочей программы дисциплины по выбору

### Фармацевтический менеджмент и маркетинг: эффективные технологии

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки (специальности) 33.05.01 Фармация, с учётом рекомендаций основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) высшего образования.

#### Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся профессиональных компетенций в сфере фармацевтического менеджмента и маркетинга в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом.

Задачами освоения дисциплины являются формирование навыков:

1. выбора организационной структуры управления;
2. выбора методов управления фармацевтической организацией;
3. управления персоналом в фармации;
4. разработки, принятия и реализации управленческих решений;
5. управления конфликтами в фармацевтической деятельности;
6. организации службы маркетинга в фармацевтической организации;
7. проведения маркетинговых исследований на фармацевтическом рынке.

**Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

1) Дисциплина по выбору включена в вариативную часть профессионального цикла дисциплин СЗ – дисциплин по выбору СЗ.В.ДВ.2.

**Объём дисциплины** составляет 4 ЗЕТ, 144 академических часа, в том числе 60 часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, и 84 часов самостоятельной работы обучающихся. Форма контроля – зачет.

#### Планируемые результаты обучения по дисциплине

<b>Формируемые компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b> В результате изучения дисциплины студент должен:
<b>ПК-15</b> Способен к применению основных принципов управления в фармацевтической отрасли, в том числе в фармацевтических организациях и их структурных подразделениях;	<b>Владеть:</b> 1. приемами моделирования систем управления и методами управления аптечным коллективом; 2. принципами организационного проектирования структур фармацевтических организаций и распределения обязанностей; 3. приемами решения задач кадрового менеджмента и ведения делопроизводства в аптеках; 4. принципами общения провизоров и фармацевтов с коллегами, медицинскими специалистами, потребителями ЛС; 5. методами принятия управленческих решений и анализа социально-психологических процессов в аптечных коллективах; 6. методиками изучения спроса на товары, услуги в фармацевтической сфере; 7. методами сегментирования рынков и выбора целевых сегментов; 8. методами формирования и использования систем маркетинговой информации; <b>Уметь:</b> 1. ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; 2. анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации;

	<p>выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;</p> <p>3. организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;</p> <p>4. анализировать коммуникационные процессы в организации разрабатывать предложения по повышению их эффективности;</p> <p>5. диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию;</p> <p>6. разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность.</p> <p>7. использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;</p> <p><b>Знать:</b></p> <p>1. основы фармацевтического менеджмента;</p> <p>2. основы концепции фармацевтического маркетинга;</p> <p>3. особенности поведения потребителей ЛС и других товаров аптечного ассортимента;</p> <p>4. основы фармацевтической информации и рекламы ЛС;</p>
--	--

### **Формы промежуточной аттестации**

В соответствии с ОПОП и учебным планом по завершению обучения по дисциплине в 9 семестре проводится зачет.

### **Содержание дисциплины**

#### **Модуль 1. Фармацевтический менеджмент**

- 1.1 Введение в фармацевтический менеджмент: методология изучения, методы и модели.
- 1.2 Организационное проектирование в фармации, типы организационной структуры управления, эффективное распределение полномочий.
- 1.3 Основы кадрового менеджмента в аптечных организациях.
- 1.4 Коммуникация в управлении фармацевтическими организациями.
- 1.5 Технология разработки и реализации решений в фармацевтической практике.
- 1.6 Методология управления социально-психологическими процессами в аптечном коллективе. Управление конфликтами.
- 1.7 Методы, приемы, стили управления трудовым коллективом. Личность руководителя.

#### **Модуль 2. Фармацевтический маркетинг**

- 2.1 Маркетинг в фармации как социально-этическая система. Стратегии маркетинга в фармацевтическом бизнесе. Сегментирование фармацевтического рынка, определение оптимального ассортимента и эффективной сбытовой политики ЛС.
- 2.2 Методические основы маркетинговых исследований фармацевтического рынка.
- 2.3 Маркетинговый план, как функция эффективной деятельности фармацевтической организации.