

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
**«Тверской государственный медицинский университет»**  
Министерства здравоохранения Российской Федерации

**Кафедра управления и экономики фармации с курсами фармакогнозии,  
фармацевтической технологии, фармацевтической и токсикологической химии**

Рабочая программа дисциплины

**Фармацевтический менеджмент и маркетинг: эффективные технологии  
управления**

для обучающихся по программе ординатуры

направление подготовки (специальность)

33.08.03 Фармацевтическая химия и фармакогнозия

форма обучения

очная

Трудоемкость, зачетные единицы/часы	4 з.е. / 144 ч.
в том числе:	
Контактная работа	96
Самостоятельная работа	48
Форма промежуточной аттестации / семестр	Зачет / 2 семестр

Тверь, 2024 г.

**Разработчики:**

Заведующая кафедрой управления и экономики фармации, профессор, д.м.н.

М.А. Демидова

Доцент кафедры управления и экономики фармации, к.ф.н. Н.Н. Ильина

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры управления и экономики фармации с курсами фармакогнозии, фармацевтической технологии, фармацевтической и токсикологической химии 22 мая 2024 г. (протокол № 4)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании профильного методического совета 23 мая 2024 г. (протокол № 5)

Рабочая программа утверждена на заседании Центрального координационно-методического совета 10 июня 2024 г (протокол №9)

## **I. Пояснительная записка**

Рабочая программа дисциплины **Фармацевтический менеджмент и маркетинг: эффективные технологии управления** разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по специальности 33.08.03 Фармацевтическая химия и фармакогнозия (уровень подготовки кадров высшей квалификации), утвержденным приказом Минобрнауки России от 27 августа 2014 №1144.

### **1. Цель и задачи дисциплины**

Целью освоения дисциплины является формирование у выпускников универсальных и профессиональных компетенций для оказания высококвалифицированной фармацевтической помощи в соответствии с установленными требованиями и стандартами в сфере здравоохранения.

Задачами освоения дисциплины являются:

- основ менеджмента в фармацевтической отрасли, основных направлений управленческой деятельности аптечных учреждениях;
- научных подходов к исследованию уровней управления, а также функций управления (организация труда, планирование, координация, мотивация, стимулирование, анализ, контроль);
- современных подходов к изучению методов управления (организационно-распорядительный, социально-психологический и экономический);
- основ экономики фармацевтической торговой организации, в т.ч. изучение экономических законов и закономерностей потребительского поведения на фармацевтическом рынке; изучение ценовой политики фармацевтической организации; изучение и анализ этапов реализации ценовой политики;
- изучение основ планирования основных экономических показателей, управления товарными ресурсами; планирования расходов и доходов организации;
- изучение системы обеспечения эффективности, безопасности и качества фармацевтической продукции.

### **2. Результаты освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины **Фармацевтический менеджмент и маркетинг: эффективные технологии управления** у обучающегося формируются следующие компетенции:

#### **I) универсальные (УК):**

1) готовностью к управлению коллективом, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (УК-2):

##### **з н а т ь**

- методологические подходы к управлению коллективом.

##### **у м е т ь**

- организовать работу сотрудников с целью повышения эффективности их деятельности и в соответствии с уровнем сложности и объемом поставленных

задач.

## **II) профессиональные (ПК):**

1) готовность к применению основных принципов управления в профессиональной сфере (ПК-10):

### **з н а т ь**

- научные подходы к исследованию технологии принятия управленческих решений.

### **у м е т ь**

- разрабатывать и научно обосновывать процесс принятия и реализации управленческих решений;

- организовывать научно-исследовательскую работу и применять методы научного анализа менеджмента на стадии подготовки, принятия и реализации управленческих решений.

### **в л а д е т ь**

- навыками проведения исследований эффективности методов управления организацией.

## **3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы подготовки кадров высшей квалификации в ординатуре**

Дисциплина **Фармацевтический менеджмент и маркетинг: эффективные технологии управления** входит в Вариативную часть Блока 1 программы ординатуры.

В результате освоения программы специалитета сформированы следующие компетенции:

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- способность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- готовность к саморазвитию, самореализации, самообразованию, использованию творческого потенциала;
- способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- готовность использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций;
- готовность к работе в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- готовность решать стандартные задачи профессиональной деятельности с использованием информационных, библиографических ресурсов, медико-биологической и фармацевтической терминологии, информационно-коммуникационных технологий и учетом основных требований

информационной безопасности;

- готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;
- способность использовать основы экономических и правовых знаний в профессиональной деятельности;
- способность и готовностью реализовать этические и деонтологические принципы в профессиональной деятельности;
- способностью и готовностью анализировать результаты собственной деятельности для предотвращения профессиональных ошибок;
- готовность к ведению документации, предусмотренной в сфере производства и обращения лекарственных средств;
- готовность к использованию основных физико-химических, математических и иных естественнонаучных понятий и методов при решении профессиональных задач;
- способность к оценке морфофункциональных, физиологических состояний и патологических процессов в организме человека для решения профессиональных задач;
- готовность к применению специализированного оборудования и медицинских изделий, предусмотренных для использования в профессиональной сфере;
- способность к обеспечению контроля качества лекарственных средств в условиях фармацевтических организаций;
- способность к проведению экспертиз, предусмотренных при государственной регистрации лекарственных препаратов;
- способность к осуществлению технологических процессов при производстве и изготовлении лекарственных средств;
- готовность к осуществлению реализации лекарственных средств в соответствии с правилами оптовой торговли, порядком розничной продажи и установленным законодательством порядком передачи лекарственных средств;
- способность к организации заготовки лекарственного растительного сырья с учетом рационального использования ресурсов лекарственных растений;
- готовность к обеспечению хранения лекарственных средств;
- готовность к осуществлению перевозки лекарственных средств;
- готовность к своевременному выявлению фальсифицированных, недоброкачественных и контрафактных лекарственных средств;
- готовность к участию в процедурах ввоза лекарственных средств в Российскую Федерацию и вывоза лекарственных средств из Российской Федерации;
- способность к проведению экспертизы лекарственных средств с помощью химических, биологических, физико-химических и иных методов;
- способность к участию в экспертизах, предусмотренных при государственной регистрации лекарственных препаратов;
- способность к проведению контроля качества лекарственных средств в условиях фармацевтических организаций;
- способность к оказанию консультативной помощи медицинским работникам и потребителям лекарственных препаратов в соответствии с инструкцией по применению лекарственного препарата;
- готовность к проведению информационно-просветительской работы по

- пропаганде здорового образа жизни и безопасности жизнедеятельности;
- способность к применению основных принципов управления в фармацевтической отрасли, в том числе в фармацевтических организациях и их структурных подразделениях;
  - способность к участию в организации деятельности фармацевтических организаций;
  - способность к организации заготовки лекарственного растительного сырья с учетом рационального использования ресурсов лекарственных растений;
- способность к организации контроля качества лекарственных средств в условиях фармацевтических организаций;
- способность к проведению процедур по изъятию из гражданского оборота фальсифицированных, недоброкачественных и контрафактных лекарственных средств и их уничтожению;
  - способность к обеспечению деятельности фармацевтических организаций по охране труда и техники безопасности;
- научно-исследовательская деятельность:
- способность к анализу и публичному представлению научной фармацевтической информации;
  - способность к участию в проведении научных исследований;
  - готовность к участию во внедрении новых методов и методик в сфере разработки, производства и обращения лекарственных средств.

В процессе изучения дисциплины **Фармацевтический менеджмент и маркетинг: эффективные технологии управления** формируются универсальные и профессиональные компетенции для успешной профессиональной деятельности в качестве провизора-аналитика.

**4. Объём рабочей программы дисциплины составляет 4 з.е. (144 академических часа)**, в том числе 96 часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и 48 часов самостоятельной работы обучающихся.

#### **5. Образовательные технологии**

В процессе преподавания дисциплины используются следующие образовательные технологии, способы и методы формирования компетенций: деловая или ролевая игра.

Самостоятельная работа обучающегося включает:

- подготовку к практическим занятиям;
- подготовку рефератов, презентаций и сообщений для выступлений на конференциях;
- работу с Интернет-ресурсами;
- работу с отечественной и зарубежной научно-медицинской литературой;
- работу с компьютерными программами.

**6. Форма промежуточной аттестации – зачёт во 2 семестре.**

## **II. Учебно-тематический план дисциплины**

## **Содержание дисциплины**

### **Раздел 1. Фармацевтический менеджмент**

1.1. Организационные аспекты менеджмента. Внутренняя и внешняя среда фармацевтической организации.

1.1.1. Коллективный труд и его особенности. Эволюция науки управления: научное управление, административное управление, управление с позиций человеческих отношений, управление с точки зрения науки о поведении, управление на основе использования количественных методов.

1.1.2. Внутренняя среда фармацевтической организации: цель, задача, структура, люди, технология. Взаимосвязь элементов внутренней среды организации. Формирование и ранжирование целей работы организации. Разработка структуры организации. Разделение труда и объем управления.

1.1.3. Внешняя среда фармацевтической организации (факторы внешней среды). Среда прямого и косвенного воздействия. Государственное регулирование деятельности фармацевтической организации: хозяйственное законодательство, финансовая политика, денежно-кредитная политика, политика в сфере труда и социальных отношений, внешнеэкономическая политика.

1.2. Процесс управления фармацевтической организацией и его этапы (функции).

1.2.1. Функция планирования в менеджменте. Внутрифирменное планирование деятельности фармацевтической организации: сущность, функции, этапы.

1.2.2. Виды стратегических альтернатив: стратегия роста, стратегия стабилизации, стратегия выживания. Критерии выбора стратегии. Управленческое обследование работы фармацевтической организации.

1.3. Коммуникации и принятие управленческих решений.

1.3.1. Информационное обеспечение процесса управления. Процесс обмена информацией. Коммуникационный процесс: элементы и этапы. Способы передачи информации в управлении.

1.3.2. Межличностные коммуникации, их виды. Причины возникновения проблем в межличностном общении, способы их устранения. Методика подготовки и проведения деловых бесед и переговоров. Порядок и методика проведения «критического разговора» с персоналом.

1.3.3. Письменная информация в управлении организацией. Технология подготовки деловой письменной информации. Делопроизводство фармацевтической аптечной организации.

1.3.4. Процесс принятия управленческих решений. Подходы, используемые для принятия управленческих решений. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений.

1.3.5. Моделирование управленческих процессов. Типы моделей и процесс их построения. Модели, используемые в менеджменте: теория игр, теория очередей, модели управления запасами, линейное программирование, имитационное моделирование, экономический анализ. Методы принятия управленческих решений: платежная матрица, дерево решений. Методы прогнозирования деятельности аптечной организации: количественные и качественные.

1.4. Управление производственным процессом (управление операциями)

фармацевтической организации.

1.4.1. Сущность управления операциями. Виды операционных систем.

1.4.2. Разработка и обоснование стратегии и тактики фармацевтической организации (учреждения). Комплексный подход к производительности работы организации: его сущность и основные элементы.

1.4.3. Управление организацией на основе критерия производительности.

1.5. Кадровый менеджмент фармацевтической организации.

1.5.1. Управление персоналом. Субъекты, объекты и содержание работы с персоналом.

1.5.2. Принципы и методы работы с персоналом. Разработка должностных инструкций сотрудников организации.

1.6. Принципы делового общения в руководстве организации.

1.6.1. Психология управления персоналом фармацевтической организации. Социально-психологические аспекты управления персоналом. Факторы, влияющие на социально-психологический климат организации. Руководство персоналом и мотивация труда.

1.6.2. Групповая динамика и руководство в организации. Управление неформальной организацией.

1.6.3. Власть и лидерство в организации. Теория лидерства. Стили управления. Формы власти и влияния. Психологический портрет руководителя и лидера. Поведенческий и ситуационный подход к эффективному управлению. Адаптивное руководство.

## **Раздел 2. Фармацевтический маркетинг**

2.1. Маркетинг и его роль в экономике фармацевтических организаций.

2.1.1. Основы маркетинговой деятельности. Определение маркетинга. Концепции маркетинговой деятельности. Цели системы маркетинга.

2.1.2. Управление маркетингом. Рациональное использование факторов маркетинга на фармацевтическом рынке. Рыночные возможности фармацевтической организации и их анализ. Сегментация и отбор целевых рынков.

2.1.3. Комплекс маркетинга, его структура и разработка. Внедрение маркетинговых мероприятий на фармацевтическом рынке.

2.2. Продвижение товара на фармацевтическом рынке.

2.2.1. Продвижение товара на фармацевтическом рынке как элемент комплекса маркетинга. Функции, цели и особенности продвижения лекарственных средств и пара- фармацевтической продукции. Основные средства продвижения: реклама, пропаганда, личная продажа, стимулирование сбыта. Их особенности на фармацевтическом рынке.

2.2.2. Реклама на фармацевтическом рынке.

2.2.3. Пропаганда на фармацевтическом рынке.

2.2.4. Личные продажи на фармацевтическом рынке.

2.2.5. Стимулирование сбыта на фармацевтическом рынке.

2.3. Планирование и анализ маркетинговой деятельности фармацевтической организации.

2.3.1. Маркетинговый цикл как инструмент планирования маркетинговой деятельности. Планирование маркетинговой деятельности на рынке с ориентацией на товары, торговые марки, целевые рынки.

2.3.2. Этапы реализации и внедрения с учетом типа рынка и стратегии фармацевтической организации.

2.4. Система маркетинговой информации.

2.4.1. Структура системы маркетинговой информации. Источник формирования маркетинговой информации на фармацевтическом рынке.

2.4.2. Маркетинговая среда фармацевтической организации. Факторы микро- и макросреды.

2.4.3. Этапы маркетинговых исследований. Общая схема маркетинговых исследований: внутренняя отчетность, сбор внешней текущей маркетинговой информации, анализ маркетинговой информации, принятие решений.

## **2. Учебно-тематический план**

## 2. Учебно-тематический план дисциплины (в академических часах)

Номера разделов дисциплины (модулей) и тем	Аудиторные занятия	Всего часов на аудиторную работу	Самостоятельная работа обучающегося	Итого часов	Формируемые компетенции		Используемые образовательные технологии, способы и методы обучения	Формы текущего контроля успеваемости
	практические занятия				УК-2	ПК-10		
1.								
1.1.	9	9	4	13	+	+	ДИ	Т,С
1.2.	6	6	4	10	+	+	ДИ	Т,С
1.3.	15	15	6	21	+	+	ДИ	Т,С
1.4.	8	8	4	12	+	+	ДИ	Т,С
1.5.	6	6	4	10	+	+	ДИ	Т,С
1.6	9	9	4	13	+	+	ДИ	Т,С
2.								
2.1.	9	9	4	13		+	РИ	Т,С
2.2.	15	15	6	21		+	РИ	Т,С
2.3.	6	6	4	10		+	РИ	Т,С
2.4.	9	9	4	13		+	РИ	Т,С
Зачет	4	4	4	8				Т,С
<b>ИТОГО:</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>48</b>	<b>144</b>				

**Список сокращений:**

**Образовательные технологии, способы и методы обучения (с сокращениями):** деловая или ролевая игра (ДИ, РИ).

**Формы текущего, в т.ч. рубежного контроля успеваемости (с сокращениями):** Т – тестирование, С – собеседование по контрольным вопросам.

### **III. Оценочные средства для контроля уровня сформированности компетенций (текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины)**

**Оценка уровня сформированности компетенций** включает следующие формы контроля:

- **текущий контроль успеваемости;**
- **промежуточную аттестацию.**

#### **1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости**

##### **Примеры заданий в тестовой форме:**

Выберите один или несколько правильных ответов.

1. Несмотря на наличие значительного числа определений маркетинга, в каждом из них есть нечто общее, а именно...

- а) приоритет государства
- б) приоритет конкурента
- в) приоритет посредника
- г) приоритет потребителя**

2. Свои интересы в получении определенной прибыли коммерческая фирма, реализующая маркетинг, обеспечивает за счет...

- а) увеличения числа мест продажи товаров
- б) удовлетворения нужд и потребностей потребителей**
- в) правильной ценовой политики
- г) рекламы

3. Комплекс маркетинга включает...

- а) поиск целевого покупателя
- б) ценовую и товарную политику**
- в) позиционирование товара
- г) оценку рыночного сегмента
- д) коммуникацию и распределение товара**

4. Основные понятия маркетинга в порядке их усложнения...

- а) нужда
- б) запрос
- в) потребность
- г) потребительская удовлетворенность

д) потребительская ценность

**Эталоны ответов: а), в), б), д), г).**

5. Разработка и реализация комплекса маркетинга проводится для того, чтобы...

- а) установить обоснованную цену на товар
- б) достичь установленных целей маркетинга**
- в) обеспечить эффективность рекламы
- г) создать новые товары

6. Научная идея маркетинга зародилась в...

- а) Индии
- б) Германии**
- в) России
- г) США**

#### **Критерии оценки выполнения заданий в тестовой форме:**

Ординатором даны правильные ответы на задания в тестовой форме (10-15 тестовых заданий):

- 70% и менее заданий - «неудовлетворительно»
- 71-80% заданий – «удовлетворительно»
- 81-90% заданий – «хорошо»
- 91-100% заданий – «отлично»

#### **Примеры контрольных вопросов для собеседования:**

1. Функция планирования в менеджменте. Внутрифирменное планирование деятельности фармацевтической организации: сущность, функции, этапы.

2. Виды стратегических альтернатив: стратегия роста, стратегия стабилизации, стратегия выживания. Критерии выбора стратегии. Управленческое обследование работы фармацевтической организации.

3. Информационное обеспечение процесса управления. Процесс обмена информацией. Коммуникационный процесс: элементы и этапы. Способы передачи информации в управлении.

4. Межличностные коммуникации, их виды. Причины возникновения проблем в межличностном общении, способы их устранения. Методика подготовки и проведения деловых бесед и переговоров. Порядок и методика проведения «критического разговора» с персоналом.

5. Письменная информация в управлении организацией. Технология подготовки деловой письменной информации. Делопроизводство фармацевтической аптечной организации.

### **Критерии оценки при собеседовании:**

**2 балла** - ординатор демонстрирует незнание теоретических основ предмета, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем или отказывается отвечать;

**3 балла** – ответ неполный, содержит ошибки;

**4 балла** – ответ правильный, с использованием основной литературы;

**5 баллов** – ответ правильный, полный, с использованием дополнительной литературы.

## **2. Оценочные средства для промежуточной аттестации**

### **1 этап – выполнение заданий в тестовой форме**

#### **Примеры заданий в тестовой форме:**

Выберите один правильный ответ.

1. Менеджмент — это

а) деятельность по управлению организацией в условиях рынка

**б) управление, направленное на прибыльность**

в) особая область научных знаний и профессиональной специализации управленцев, составляющих административный штат организации

г) все ответы верны

2. Термин «управление» означает:

а) последовательность действий менеджера

**б) осознанную, целенаправленную деятельность человека, с помощью которой он упорядочивает и подчиняет элементы внешней среды общества, живой и неживой природы, техники**

в) систему научных знаний, составляющих теоретическую базу практики управления

г) использование объективных законов экономического развития

3. Цели управления классифицируются по следующим признакам

а) экономическом, социальном, отраслевом

**б) по содержанию, уровням управления, времени, масштаба**

в) в отношении уровней управления

г) все перечисленное

4. Цель управления это

а) конечный пункт всего процесса управления

**б) конкретный, конечное состояние или желаемый результат объекта управления**

в) оптимизация деятельности объекта управления по достижению миссии организации

г) тоже, что стратегия управления

5. Функции менеджмента это:

а) то же, что и процесс управления

**б) относительно обособленные направления управленческой деятельности, с помощью которых осуществляется управляющее воздействие для достижения целей организации**

в) процесс создания структуры предприятия

г) нет правильного ответа

### **Критерии оценки выполнения заданий в тестовой форме:**

Каждому обучающемуся предлагается 100 заданий в тестовой форме (100%). Максимальное предоставляемое время на тестовый этап экзамена – 1 академический час (60 минут):

- **зачтено** – 100% - 71% правильно решенных тестовых заданий;

- **не зачтено** – 70% и менее правильно решенных тестовых заданий – до следующего этапа ординатор не допускается.

## **2 этап - проверка освоения практических навыков**

### **Перечень практических навыков:**

1. Активизация и повышение мотивации сотрудников.

2. Развитие навыков исполнения необходимых управленческих решений: подбор персонала, обучение и адаптация, информирование, постановка и распределение задач, мотивация, управленческие воздействия, контроль и учет, администрирование, принятие решений, представительская функция.

3. Осуществлять подбор, расстановку, подготовку и переподготовку персонала.

4. Определять оптимальное количество административно-управленческого, производственного и вспомогательного персонала организации (учреждения).

5. Ведение документации по учету кадров.

6. Составлять и заключать индивидуальные трудовые договора (контакты) с сотрудниками организации.

### **Критерии оценки выполнения практических навыков:**

- **зачтено** - обучающийся правильно, аккуратно и оперативно выполняет практические манипуляции;

- **не зачтено** - обучающийся овладел отдельными практическими навыками (менее 50%).

### **3 этап – итоговое собеседование по контрольным вопросам**

#### **Примеры контрольных вопросов для собеседования:**

1. Продвижение товара на фармацевтическом рынке как элемент комплекса маркетинга. Функции, цели и особенности продвижения лекарственных средств и парафармацевтической продукции. Основные средства продвижения: реклама, пропаганда, личная продажа, стимулирование сбыта. Их особенности на фармацевтическом рынке.
2. Реклама на фармацевтическом рынке.
3. Пропаганда на фармацевтическом рынке.
4. Личные продажи на фармацевтическом рынке.
5. Стимулирование сбыта на фармацевтическом рынке.

#### **Критерии оценки собеседования по контрольным вопросам:**

- **зачтено** - обучающийся демонстрирует полное знание программного материала, при этом правильно, с небольшими погрешностями отвечает на все поставленные вопросы, используя сведения из основной и дополнительной литературы;
- **не зачтено** - обучающийся допускает при ответе многочисленные ошибки принципиального характера или отказывается отвечать.

#### **Критерии выставления итоговой оценки:**

Итоговая оценка выставляется по результатам трёх этапов:

- **зачтено** - обучающийся демонстрирует полное знание программного материала, при этом правильно, с небольшими погрешностями отвечает на все поставленные вопросы, используя сведения из основной и дополнительной литературы, выполняет 71% и более заданий в тестовой форме, правильно выполняет практические манипуляции;
- **не зачтено** - обучающийся допускает при ответе многочисленные ошибки принципиального характера или отказывается отвечать, не справляется с тестами и/или неправильно выполняет практические манипуляции.

### **IV. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины, включая электронно-библиотечные системы**

#### **а) основная литература:**

1. Управление и экономика фармации: учебник /ред. И.А. Наркевич. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. – 928 с.
2. Управление и экономика фармации: учебник /Е.А. Максимкина, Г.Т. Глембоцкая, П.В. Лопатин; ред. В.Л. Багирова. – Москва: Медицина, 2004. - 716 с.

#### **б) дополнительная литература:**

1. Управление и экономика фармации : учебник. Т. 1. /Фармацевтическая

деятельность организация и регулирование /ред. Е.Е. Лоскутова. - Москва: Академия, 2003. - 380 с.

2. Управление и экономика фармации: учебник. Т. 2. /Учет в аптечных организациях: оперативный бухгалтерский, налоговый /ред. Е.Е. Лоскутова. - Москва: Академия, 2004. - 447 с.

**в) электронный ресурс:**

1. Кузнецов, И. Н. Деловое общение / Кузнецов И. Н. - Москва : Дашков и К, 2013. - 528 с. - ISBN 978-5-394-01739-1. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394017391.html> (дата обращения: 04.03.2024).

2. Багирова, В. Л. Управление и экономика фармации : учебник / Под ред. В. Л. Багировой - Москва : Медицина, 2008. - 720 с. - ISBN 5-225-04120-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5225041205.html> (дата обращения: 04.03.2024).

3. Контроль качества лекарственных средств [Электронный ресурс]: учебник /под ред. Т. В. Плетенёвой - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2014. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. <http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970426340.html> (дата обращения: 04.03.2024).

4. Прикладная фармакоэкономика : учебное пособие / Под ред. В.И.Петрова - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2007. – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента» : [сайт]. – URL: <http://www.studmedlib.ru/book/ISBN5970403709.html>

5. "Финансовый менеджмент в здравоохранении: учеб. пособие для студентов учреждений высш. проф. образования, обучающихся по специальности "Общественное здравоохранение"/ Т. К. Рахыпбеков. - 3-е изд., доп. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2012." – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента» : [сайт]. – URL: <http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970421840.html>

**2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Размещены в ЭИОС университета.

**3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

**Профессиональные базы данных, информационные справочные системы и электронные образовательные ресурсы:**

Электронный справочник «Информо» для высших учебных заведений ([www.informuo.ru](http://www.informuo.ru));

Электронный библиотечный абонемент Центральной научной медицинской библиотеки Первого Московского государственного медицинского университета им. И.М. Сеченова // <http://www.emll.ru/newlib/>;

Информационно-поисковая база Medline (<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed>);  
База данных «Российская медицина» (<http://www.scsml.rssi.ru/>)  
Официальный сайт Министерства здравоохранения Российской Федерации // <https://minzdrav.gov.ru/>;  
Российское образование. Федеральный образовательный портал. // <http://www.edu.ru/>; Клинические рекомендации: <http://cr.rosminzdrav.ru/>;  
Электронный образовательный ресурс Web-медицина (<http://webmed.irkutsk.ru/>)

#### **4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

##### **4.1. Перечень лицензионного программного обеспечения:**

1. Microsoft Office 2016:
  - Access 2016;
  - Excel 2016;
  - Outlook 2016;
  - PowerPoint 2016;
  - Word 2016;
  - Publisher 2016;
  - OneNote 2016.
2. ABBYY FineReader 11.0
3. Карельская Медицинская информационная система К-МИС
- 4 Программное обеспечение для тестирования обучающихся SunRAV TestOfficePro
5. Программное обеспечение «Среда электронного обучения 3KL»
6. Компьютерная программа для статистической обработки данных SPSS
7. Экспертная система обнаружения текстовых заимствований на базе искусственного интеллекта «Руконтекст»
8. Справочно-правовая система Консультант Плюс

##### **4.2. Перечень электронно-библиотечных систем (ЭБС):**

1. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» ([www.studmedlib.ru](http://www.studmedlib.ru/));
2. Справочно-информационная система MedBaseGeotar ([mbasegeotar.ru](http://mbasegeotar.ru))
3. Электронная библиотечная система «elibrary» (<https://www.elibrary.ru/>)

#### **V. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Приложение № 2

## **VI. Научно-исследовательская работа**

Изучение специальной литературы о достижениях современной отечественной и зарубежной науки и техники; участие в проведении научных исследований; осуществление сбора, обработки, анализа и систематизации научно-технической информации; составление отчётов (раздела отчёта) по теме или её разделу; подготовка и выступление с докладом на конференции; подготовка к публикации статьи, тезисов.

## **VII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины**

Представлены в Приложении № 3

**Фонды оценочных средств  
для проверки уровня сформированности компетенций (части компетенций)  
для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

---

Шифр, наименование компетенции

УК-2 готовностью к управлению коллективом, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

ПК-10 готовность к применению основных принципов управления в профессиональной сфере

*размещены в ЭИОС университета на странице кафедры  
<https://eos.tvgmu.ru/local/crw/category.php?cid=64>*

**Справка**

о материально-техническом обеспечении рабочей программы дисциплины  
**Фармацевтический менеджмент и маркетинг: эффективные технологии управления**

(название дисциплины, модуля, практики)

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>
1	Аудитория, оборудованная мультимедийными и иными средствами обучения	Учебная мебель. Посадочных мест, оснащенных учебной мебелью – 16. Рабочее место преподавателя. Выход в Интернет. Ноутбук. Мультимедиа-проектор. Экран. Доска – 1 шт. Стенды, таблицы, шкафы для документов, шкаф витринный, витрина прикассовая, муляжи лекарственных средств, медицинских изделий и парафармацевтической продукции, кассовый аппарат, фискальный регистратор, компьютеры, оснащенные POS-системой, калькуляторы, расходные материалы для выполнения практических работ.
2	Учебная аудитория для самостоятельной работы обучающихся (компьютерный класс)	Посадочных мест, оснащённых учебной мебелью – 40, Компьютеров – 40. Персональные компьютеры объединены в локальную сеть с выходом в Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно- образовательную среду университета.

\*Специальные помещения - учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

**Лист регистрации изменений и дополнений на \_\_\_\_\_ учебный год  
в рабочую программу дисциплины (модуля, практики)**

---

(название дисциплины, модуля, практики)

для ординаторов,

специальность: \_\_\_\_\_  
(название специальности)

форма обучения: очная/заочная

Изменения и дополнения в рабочую программу дисциплины рассмотрены на  
заседании кафедры « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. (протокол № \_\_\_\_\_ )

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ (ФИО)  
*подпись*

**Содержание изменений и дополнений**

№ п/п	Раздел, пункт, номер страницы, абзац	Старый текст	Новый текст	Комментарий
1				
2				
3				