

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Мухарямова Лайсан Музиповна
Должность: и.о. первого проректора
Дата подписания: 12.03.2026 18:04:43
Уникальный программный ключ:
b57b96507511d4669a7e8b1e807a3d3e7412a55d

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Казанский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по образовательным программам ординатуры и аспирантуры,



20 18 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина: Маркетинговая деятельность в фармации
Код и наименование специальности: 33.08.02 Управление и экономика фармации
Квалификация: провизор-менеджер
Уровень образования: подготовка кадров высшей квалификации по программам ординатуры
Форма обучения: очная
Институт Фармации
Курс: 2
Лекции – 8 ч.
Практические занятия: 64ч.
Самостоятельная работа: 36 ч.
Зачет – 4 семестр
Всего: 108ч., зачетных единиц трудоемкости (ЗЕТ) - 3

Казань, 2018

Рабочая программа составлена с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по специальности 33.08.02 «Управление и экономика фармации» (уровень подготовки кадров высшей квалификации).

Разработчик программы:

1. Доцент Института Фармации, к.фарм.н.ГарифуллинаГюзельХисамовна

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании Совета по качеству обучения Института фармации от «25» мая 2018г., протокол № 4

Преподаватели, ведущие дисциплину:

Преподаватель Института фармации, доцент _____  Муслимова Н.Н.

Директор Института фармации,
к.фарм.н.. доцент

_____  Мустафин Руслан Ибрагимович

I. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы ординатуры

Цель освоения дисциплины: 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:

1. на основе имеющихся финансовых и коммерческих данных оценивать результаты маркетинговых мероприятий.
2. планировать маркетинговую деятельность на рынке с ориентацией на товары, торговые марки, целевые рынки.
3. анализировать рыночную среду.
4. выявлять рыночные возможности и угрозы, а также сильные и слабые стороны управления маркетингом организации.
5. для каждой конкретной ситуации определять минимальный комплекс необходимых методов маркетингового исследования.

Обучающийся должен освоить следующие компетенции, в том числе:

Профессиональные компетенции:

ПК-5 Готовность к организации фармацевтической деятельности

В результате освоения ПК- 5 обучающийся должен:

Знать:

- нормативные и законодательные акты, регламентирующие фармацевтическую деятельность.

Уметь:

- осуществлять деятельность, включающую в себя оптовую торговлю лекарственными средствами (и другими товарами аптечного ассортимента), их хранение, перевозку и (или) розничную торговлю лекарственными препаратами (и другими товарами аптечного ассортимента), их отпуск, хранение, перевозку.

Владеть:

- навыками осуществления деятельности, включающую в себя оптовую торговлю лекарственными средствами (и другими товарами аптечного ассортимента), их хранение, перевозку и розничную торговлю лекарственными препаратами (и другими товарами аптечного ассортимента), их отпуск, хранение.

ПК-6 Готовность к оценке экономических и финансовых показателей, применяемых в сфере обращения лекарственных средств

В результате освоения ПК- 6 обучающийся должен:

Знать:

- нормативные и законодательные акты, регламентирующие хозяйственно-финансовую и налоговую деятельность РФ;
- теоретические основы экономического анализа.

Уметь:

- осуществлять сбор и контроль оперативных, отчетных и справочных материалов для проведения анализа показателей хозяйственно-финансовой деятельности и налогового планирования.

Владеть:

- методами оценки экономических и финансовых показателей, применяемых в сфере обращения лекарственных средств.

II. Место дисциплины в структуре программы ординатуры

Дисциплина включена в цикл дисциплин по выбору Блока 1 рабочего учебного плана.

III. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов. Вид промежуточной аттестации: зачет в 4 семестре.

Объем учебной работы и виды учебной работы (в академических часах)

Всего	Контрольная работа		Самостоятельная работа
	Лекции	Практические занятия (семинарские занятия)	
108	8	64	36

IV. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ раздела	Раздел/темы дисциплины	Общая трудоемкость (часов)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Формы контроля успеваемости
			Аудиторные учебные занятия		Самостоятельная работа обучающихся	
			Лекции	Практические занятия		
Модуль 1						
	Раздел 1. Анализ фармацевтического рынка	27	2	16	9	Тестовый контроль, собеседование, ситуационные задачи
1	Тема 1.1. Анализ перспективности и привлекательности рынка	18	1	11	6	Тестовый контроль, собеседование
2	Тема 1.2. Построение модели развития рынка и прогнозирование продаж.	9	1	5	3	ситуационные задачи
2	Раздел 2. Анализ товарной и ценовой политики фармацевтической организации	27	2	16	9	Тестовый контроль, собеседование, ситуационные задачи

1	Тема 2.1. Исследование товарного ассортимента		1	11	6	Тестовый контроль, ситуационные задачи
2	Тема 2.2. Анализ ценовой политики		1	5	3	собеседование,
Модуль 2						
	Раздел 3. Анализ конкурентов на фармацевтическом рынке и сбытовой политики	27	2	16	9	Тестовый контроль, собеседование, ситуационные задачи
1	Тема 3.1. Определение лидеров рынка	9	1	5	3	собеседование, ситуационные задачи
2	Тема 3.2. Анализ сбытовой политики	18	1	11	6	Тестовый контроль
	Раздел 4. Анализ потребителей и коммуникационной политики	27	2	16	9	Тестовый контроль, собеседование, ситуационные задачи
3	Тема 4.1. Анализ потребителей	9	1	11	3	ситуационные задачи, тестовый контроль
4	Тема 4.2. Анализ коммуникационной политики	18	1	3	6	собеседование
	Промежуточная аттестация			2		Зачет (собеседование)
	Итого	108	8	64	36	

4.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Наименование раздела (или темы) дисциплины	Содержание раздела (темы) в дидактических единицах	Код компетенций
Модуль 1			
Раздел 1. Анализ фармацевтического рынка			
Тема 1.1. Анализ перспективности и привлекательности рынка.			
	Содержание темы лекции	Оценка емкости рынка; исследование товарной структуры рынка; общий анализ основных участников рынка; оценка спроса и предложения на рынке.	ПК-5 ПК-6
	Содержание темы практического занятия	Методы анализа: метод прогнозирования емкости; метод экспертных оценок «Дельфи»; формирование «портрета» товарного рынка; сравнительный анализ; методы статистического анализа; SWOT-анализ; PEST-анализ.	
Тема 1.2. Построение модели развития рынка и прогнозирование продаж.			
	Содержание темы лекции	Сегментация и выделение ниш на рынке.	ПК-5 ПК-6
	Содержание темы практического занятия	Методы анализа: метод прогнозирования спроса; метод гибкого сегментирования; метод компонентного сегментирования; метод анализа и прогнозирования временных рядов.	
Раздел 2. Анализ товарной и ценовой политики фармацевтической организации			
Тема 2.1. Исследование товарного ассортимента			
	Содержание темы лекции	Исследование имиджа бренда среди конкурентов; исследование рыночной стоимости бренда; удовлетворенность потребителей и лояльность; качество обслуживания потребителей.	ПК-5 ПК-6
	Содержание темы практического занятия	Методы анализа: матрица БКГ; ABC-анализ; XYZ-анализ; построение карты позиционирования; холл-тест; метод свободных ассоциаций; опрос потребителей; метод BrandStrength.	
Тема 2.2. Анализ ценовой политики			
	Содержание темы лекции	Анализ типов рынка; оценка уровня цен на рынке; измерение ценовой эластичности; анализ удовлетворенности предлагаемой ценой.	ПК-5 ПК-6
	Содержание темы практического занятия	Методы анализа: методы расчета средней цены; метод дуговой эластичности; метод точечной эластичности; опрос; интервью. Факторный анализ конкурентоспособности товаров и организаций.	
Модуль 2			
Раздел 3. Анализ конкурентов и сбытовой политики			
Тема 3.1. Определение лидеров рынка			
	Содержание темы лекции	Изучение преимуществ и недостатков конкурентов; сравнительный анализ комплекса маркетинга и бизнес-процессов конкурентов. Определение экономических драйверов отрасли (размер, темпы роста рынка, прибыльность в отрасли, количество конкурентов и потребителей, легкость входа на рынок).	ПК-5 ПК-6

Содержание темы практического занятия	Методы анализа: матрица Портера; построение карты стратегических групп; бенчмаркинг; анализ чеков конкурентов; метод сравнительной оценки; SWOT-анализ основных конкурентов.	
Тема 3.2. Анализ сбытовой политики		
Содержание темы лекции	Анализ рынка сбыта; анализ поставщиков; анализ политики транспортировки.	ПК-5 ПК-6
Содержание темы практического занятия	Методы анализа: сегментация рынка; сравнительный анализ поставщиков; математико-статистические методы оптимизации складских и транспортных расходов.	
Раздел 4. Анализ потребителей и коммуникационной политики фармацевтической организации		
Тема 4.1. Анализ потребителей		
Содержание темы лекции	-	ПК-5 ПК-6
Содержание темы практического занятия	Выявление потребительских предпочтений; построение «портрета» потребителей; анализ жалоб потребителей; удовлетворенность потребителей, лояльность и качество обслуживания потребителей. Методы анализа: сравнительная характеристика торговых зон; опрос; интервью; фокус-группа; опрос; наблюдение; Яндекс.Метрика, GoogleAnalytics.	
Тема 4.2. Анализ коммуникационной политики		
Содержание темы лекции	-	ПК-5 ПК-6
Содержание темы практического занятия	Эффективность промо-акций, рекламных кампаний; проведение маркетинговых экспериментов (тестирование продукции, концепций упаковки, рекламных идей и форм). Анализ деятельности торгового персонала. Методы анализа: анализ соотношения затрат на коммуникации и прибыли; пробные покупки; холл-тест; опрос; пробные покупки.	

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

обучающихся по дисциплине

№ п/п	Наименование согласно библиографическим требованиям
1.	Основы информационного и рекламного обеспечения фармацевтической деятельности [Текст] : учеб. пособие для провизоров / Казан. гос. мед. ун-т М-ва здравоохранения Рос. Федерации, Фак. повышения квалификации и проф. переподготовки специалистов, каф.фармации ФПК и ППС ; [сост. Н. Н. Муслимова и др.]. - Казань : КГМУ, 2013. - 209с.
2.	Мерчандайзинг в аптекезакрытой формы торговли [Текст] : учеб.-метод. пособие для слушателей послевуз. и доп. проф. образования / Казан. гос. мед. ун-т Федер. агентства по здравоохранению и соц. развитию, Каф. фармации фак. повышения квалификации и проф. переподготовки специалистов; [сост.: Ф. Р. Леонтьева, Г. С. Яровиков, С. Н. Егорова]. - Казань: КГМУ, 2010. - 28с.
3.	Методические подходы к формированию и анализу ассортимента в аптечных учреждениях [Текст]: метод.пособие для аптечных учреждений, слушателей курсов повышения квалификации / ГУП «Медицинская техника и фармация Татарстана», Учеб.-метод. консультационный центр; [подгот.: Ф. Р. Леонтьева, Р. Г. Тухбатуллина]. - Казань: [б. и.], 2002. - 20 с.
4.	Цена и ценовая политика. Ценообразование на лекарственные средства [Текст] : учеб.-метод. пособие для слушателей послевуз. и доп. проф. образования / Казан. гос. мед. ун-т М-ва здравоохранения Рос. Федерации, Фак. повышения квалификации и проф. переподготовки специалистов, каф.фармации ФПК и ППС ; [сост.: Я. В. Грибова, Н. Н. Муслимова, Г. Х. Гарифуллина]. - Казань : КГМУ, 2012. - 64 с.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения программы ординатуры

№	Перечень разделов и тем	Тип занятия (Л, П, С)	Перечень компетенций и этапы их формирования	
			ПК-5	ПК-6
Модуль 1				
Раздел 1. Анализ фармацевтического рынка				
Тема 1.1.	Анализ перспективности и привлекательности рынка.	Лекция	+	+
		Практическое занятие	+	+
		Самостоятельная работа	+	+
Тема 1.2.	Построение модели развития рынка и прогнозирование продаж.	Лекция	+	+
		Практическое занятие	+	+
		Самостоятельная работа	+	+
Раздел 2. Анализ товарной и ценовой политики фармацевтической организации				
Тема 2.1	Исследование товарного ассортимента	Лекция	+	+
		Практическое занятие	+	+
		Самостоятельная работа	+	+
Тема 2.2.	Анализ ценовой политики	Лекция	+	+
		Практическое занятие	+	+
		Самостоятельная работа	+	+
Раздел 3. Анализ конкурентов и сбытовой политики				
Тема 3.1.	Определение лидеров рынка	Лекция	+	+
		Практическое занятие	+	+
		Самостоятельная работа	+	+
Тема 3.2.	Анализ сбытовой политики	Лекция	+	+
		Практическое занятие	+	+
		Самостоятельная работа	+	+
Раздел 4. Анализ потребителей и коммуникационной политики фармацевтической организации				
Тема 4.1.	Анализ потребителей	Лекция	-	+
		Практическое занятие	+	+
		Самостоятельная работа	+	+
Тема 4.2.	Анализ коммуникационной политики	Лекция	-	+
		Практическое занятие	+	+
		Самостоятельная работа	+	+

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования (описание шкал оценивания)

В процессе освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-4, ПК-6

Перечень компетенций	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Форма оценочных средств	Критерии оценивания результатов обучения (дескрипторы)			
			Результат не достигнут (менее 70 баллов)	Результат минимальный (70-79 баллов)	Результат средний (80-89 баллов)	Результат высокий (90-100 баллов)
готовность к организации фармацевтической деятельности (ПК-5)	Знать: нормативные и законодательные акты, регламентирующие фармацевтическую деятельность.	Тестовые задания	Имеет фрагментарное представление о нормативных и законодательных актах, регламентирующих фармацевтическую деятельность.	Имеет общее представление о нормативных и законодательных актах, регламентирующих фармацевтическую деятельность.	Имеет достаточные знания о нормативных и законодательных актах, регламентирующих фармацевтическую деятельность.	Имеет глубокие знания о нормативных и законодательных актах, регламентирующих фармацевтическую деятельность.
	Уметь: осуществлять деятельность, включающую в себя оптовую торговлю ЛС (и другими товарами аптечного ассортимента), их хранение, перевозку и (или) розничную торговлю ЛП (и другими товарами аптечного ассортимента), их отпуск, хранение, перевозку.	Собеседование	Обладает фрагментарным умением осуществлять деятельность, включающую в себя оптовую торговлю ЛС (и другими товарами аптечного ассортимента), их хранение, перевозку и (или) розничную торговлю ЛП (и другими товарами аптечного ассортимента), их отпуск, хранение, перевозку.	Обладает частичным, не систематичным умением осуществлять деятельность, включающую в себя оптовую торговлю ЛС (и другими товарами аптечного ассортимента), их хранение, перевозку и (или) розничную торговлю ЛП (и другими товарами аптечного ассортимента), их отпуск, хранение, перевозку.	В целом успешно умеет осуществлять деятельность, включающую в себя оптовую торговлю ЛС (и другими товарами аптечного ассортимента), их хранение, перевозку и (или) розничную торговлю ЛП (и другими товарами аптечного ассортимента), их отпуск, хранение, перевозку.	Успешно умеет осуществлять деятельность, включающую в себя оптовую торговлю ЛС (и другими товарами аптечного ассортимента), их хранение, перевозку и (или) розничную торговлю ЛП (и другими товарами аптечного ассортимента), их отпуск, хранение, перевозку.
	Владеть: навыками осуществления деятельности, включающую в себя оптовую торговлю ЛС (и другими товарами аптечного ассортимента), их хранение, перевозку и розничную торговлю ЛП (и другими товарами аптечного ассортимента), их отпуск, хранение.	Ситуационные задачи	Осуществляет фрагментарное использование навыков осуществления деятельности, включающую в себя оптовую торговлю ЛС (и другими товарами аптечного ассортимента), их хранение, перевозку и розничную торговлю ЛП (и другими товарами аптечного ассортимента), их отпуск, хранение.	В целом успешно, но не систематично пользуется навыками осуществления деятельности, включающую в себя оптовую торговлю ЛС (и другими товарами аптечного ассортимента), их хранение, перевозку и розничную торговлю ЛП (и другими товарами аптечного ассортимента), их отпуск, хранение.	В целом успешно применяет навыки осуществления деятельности, включающую в себя оптовую торговлю ЛС (и другими товарами аптечного ассортимента), их хранение, перевозку и розничную торговлю ЛП (и другими товарами аптечного ассортимента), их отпуск, хранение.	Успешно и систематично применяет навыки осуществления деятельности, включающую в себя оптовую торговлю ЛС (и другими товарами аптечного ассортимента), их хранение, перевозку и розничную торговлю ЛП (и другими товарами аптечного ассортимента), их отпуск, хранение.

<p>готовность к оценке экономических и финансовых показателей, применяемых в сфере обращения лекарственных средств (ПК-6)</p>	<p>Знать: нормативные и законодательные акты, регламентирующие хозяйственно-финансовую и налоговую деятельность РФ; теоретические основы экономического анализа.</p> <p>Уметь: осуществлять сбор и контроль оперативных, отчетных и справочных материалов для проведения анализа показателей хозяйственно-финансовой деятельности и налогового планирования.</p>	<p>Тестовые задания</p>	<p>Фрагментарно знает основные нормативные и законодательные акты, регламентирующие хозяйственно-финансовую и налоговую деятельность РФ; теоретические основы экономического анализа</p> <p>Обладает фрагментарным умением осуществлять сбор и контроль оперативных, отчетных и справочных материалов для проведения анализа показателей хозяйственно-финансовой деятельности и налогового планирования.</p>	<p>Имеет общее представление о некоторых нормативных и законодательных актах, регламентирующих хозяйственно-финансовую и налоговую деятельность РФ; о теоретических основах экономического анализа.</p> <p>Обладает частичным, не систематичным умением осуществлять сбор и контроль оперативных, отчетных и справочных материалов для проведения анализа показателей хозяйственно-финансовой деятельности и налогового планирования.</p>	<p>Имеет достаточные знания об основных нормативных и законодательных актах, регламентирующих хозяйственно-финансовую и налоговую деятельность РФ; о теоретических основах экономического анализа.</p> <p>В целом успешно умеет осуществлять сбор и контроль оперативных, отчетных и справочных материалов для проведения анализа показателей хозяйственно-финансовой деятельности и налогового планирования.</p>	<p>Имеет глубокие знания об основных нормативных и законодательных актах, регламентирующих хозяйственно-финансовую и налоговую деятельность РФ; о теоретических основах экономического анализа.</p> <p>Успешно умеет осуществлять сбор и контроль оперативных, отчетных и справочных материалов для проведения анализа показателей хозяйственно-финансовой деятельности и налогового планирования.</p> <p>Успешно и систематично применяет методы оценки экономических и финансовых показателей, применяемых в сфере обращения ЛС.</p>
---	--	-------------------------	--	---	---	--

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения программы ординатуры

1 уровень – оценка знаний

Для оценивания результатов обучения в виде **знаний** используются следующие типы контроля:

– **тесты;**

1. Концепция, которая описывает сбыт товара, прибыль, потребителей, конкурентов и стратегию маркетинга с момента поступления товара на рынок до его ухода с рынка называется:

- 1) Сроком годности
- 2) Жизненным циклом
- 3) Сегментированием
- 4) Позиционированием
- 5) Конкурентоспособностью

2. Установите соответствие между видами рынка и его характеристиками

<i>Виды рынка:</i>	<i>Характеристика рынка:</i>
1) рынок продавцов	а) конкуренция между фирмами
2) рынок покупателей	б) спрос превышает предложение
	в) отсутствие конкуренции товаров
	г) предложения превышают спрос

1. Сегмент рынка – это группа потребителей:

- 1) со сходными характеристиками спроса
- 2) обратившихся в аптеку в различные периоды времени
- 3) различных профессий
- 4) имеющих различный уровень доходов
- 5) все ответы верны

2 Уровень – оценка умений.

Для оценивания результатов обучения в виде **умений** используются следующие типы контроля:

- **собеседование;**

Вопросы для собеседования

1. Методы анализа: методы расчета средней цены; метод дуговой эластичности; метод точечной эластичности; опрос; интервью.
1. Выявление потребительских предпочтений, построение «портрета» потребителей
2. Факторный анализ конкурентоспособности товаров и организаций.

3 Уровень - оценка навыков

Для оценивания результатов обучения в виде **навыков** используются следующие типы контроля:

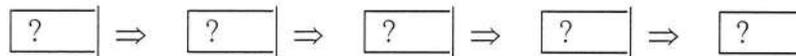
– решение ситуационных задач;

Вариативность ситуационных задач

– **установление последовательности (описать алгоритм выполнения действия),**

Пример задания: Распределите в логическую цепь следующие пункты маркетингового исследования:

- Сбор информации.
- Отбор источников информации.
- Выявление проблем и формулирование целей исследования.
- Анализ собранной информации.
- Представление полученных результатов.



Требование к заданию: научная аргументация, владение информацией по данной теме и соответствующей терминологией, системный подход к проблеме.

– **указать возможное влияние факторов на последствия реализации умения и т.д.**

Пример задания: В таблице представлены варианты стратегий маркетинга применительно к показателям цены товара и затрат на маркетинг. Графы по вертикали характеризуют затраты на маркетинг, а по горизонтали - цену товара. Каждое пересечение вертикали и горизонтали дает название стратегии маркетинга. Перечень стратегий приведен ниже. Заполните таблицу соответствующими названиями стратегий.

Таблица. Варианты стратегий маркетинга

		Цена товара	
		Высокая	Низкая
Затраты на маркетинг	Высокие
	Низкие

(Стратегии маркетинга: Широкое проникновение на рынок; Интенсивный маркетинг; Пассивный маркетинг; Выборочное проникновение на рынок.)

Требование к заданию: научная аргументация, владение информацией по данной теме и соответствующей терминологией, системный подход к проблеме.

– **задания на оценку эффективности выполнения действия;**

Пример задания: В феврале 2016 года в аптеке проводилась акция «Специальные цены» на препарат «Нурофен» капс. №10. Информация о снижении цены была размещена на сайте аптеки и в листовках для клиентов аптеки. Были получены следующие результаты продаж:

Продажи	Препарат «Нурофен Экспресс» капс. №10	
	Цена: 125руб.	Цена: 90руб.
Количество, шт.	62	74
Стоимость, руб.	7750	6660
Недополученная прибыль: 1090 руб.		

– Сделайте выводы по результатам проведения акции.

Требование к заданию: научная аргументация, владение информацией по данной теме и соответствующей терминологией, системный подход к проблеме.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Критерии оценки тестирования:

Оценка по тесту выставляется пропорционально доле правильных ответов:

90-100% - оценка «отлично»

80-89% - оценка «хорошо»

70-79% оценка «удовлетворительно»

Менее 70% правильных ответов – оценка «неудовлетворительно»

Критерии оценки собеседования:

«Отлично» выставляется обучающемуся, если он имеет сформированные систематические знания по вопросам собеседования.

«Хорошо» выставляется обучающемуся, если он имеет сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания по вопросам собеседования.

«Удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет общие, но не структурированные знания по вопросам собеседования.

«Неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет фрагментарные знания по вопросам собеседования.

Критерии оценки заданий:

«Отлично» - ответ верен, научно аргументирован, со ссылками на пройденные темы.

«Хорошо» - ответ верен, научно аргументирован, но без ссылок на пройденные темы.

«Удовлетворительно»- ответ верен, но не аргументирован, либо ответ неверен, но представлена попытка обосновать его с альтернативных научных позиций, пройденных в курсе.

«Неудовлетворительно»- ответ неверен, нет попытки аргументации.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. основная учебная литература

№ п/п	Наименование согласно библиографическим требованиям	Количество экземпляров в библиотеке
1	Управление и экономика фармации [Электронный ресурс] / под ред. И. А. Наркевича. - М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970442265.html	ЭБС Консультант студента
2	Управление и экономика фармации [Электронный ресурс]: учебник / под ред. В. Л. Багировой. - М.: Медицина, 2008. - http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5225041205.html	ЭБС Консультант студента

7.2. дополнительная учебная литература

№ п/п	Наименование согласно библиографическим требованиям	Количество экземпляров в библиотеке
1	Маркетинговые исследования [Текст] : учеб.пособие / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, 2006. - 438, [10] с.	1
3	Маркетинг. Менеджмент : экспресс-курс [Текст]: монография / Ф. Котлер; [пер. с англ.: Т. Виноградовой, Д. Раевской, Л. Царук; под общ.ред. Ю. Н. Каптуревского]. - СПб. : Питер, 2003. - 495, [1] с	3

7.3. Периодические издания

№ п/п	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Журнал «Новая аптека».
2	Журнал «Ремедиум».
3	Журнал «Фармация».

Директор
библиотеки Университета 

Семеньчева С.А.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. Электронный каталог научной библиотеки Казанского ГМУ

http://library.kazangmu.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=108

2. Электронно-библиотечная система КГМУ Правообладатель: научная библиотека КГМУ (ФС по интеллектуальной собственности № 2012620798, дата регистрации 17.08.2012 г.).
<http://old.kazangmu.ru/lib/>

3. Консультант врача – электронная медицинская библиотека. Правообладатель: ООО ГК «ГЭОТАР». Договор № Д-4469 от 01 января 2018г. Срок доступа: 01.01.2018-31.01.2018. Договор № 3/ЭЛА/2018 от 12 февраля 2018г. Срок доступа: 01.02.2018-31.12.2018г.
<http://www.rosmedlib.ru>

4. Электронно-библиотечная система elibrary.ru. Правообладатель: ООО «РУНЭБ». Действующий договор № Д-3917 от 14.02.2017г. Срок доступа: 14.02.2017 г.-14.02.2018г. Договор № 02-03/2018-1 от 14.03.2018. Срок доступа: 14.03.2018-31.12.2018. <http://elibrary.ru>

5.Справочник лекарственных средств, зарегистрированный в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.vidal.ru/>, свободный.

7. Энциклопедия лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента, разрешенных к использованию в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.rlsnet.ru/>, свободный

8. Электронный лекарственный справочник ГЭОТАР [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.lsgeotar.ru>, свободный

9. Государственный реестр лекарственных средств [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.grls.rosminzdrav.ru/Default.aspx>, свободный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение программы курса. На лекциях преподаватель рассматривает вопросы программы курса, составленной в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования. Для лучшего освоения материала по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией.

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используется тестовый контроль. При подготовке к каждому семинарскому (практическому) занятию ординаторы могут подготовить доклад по выбору из рекомендованных к семинарскому занятию тем. Продолжительность доклада на семинарском занятии – до 10 мин. В докладе должна быть четко раскрыта суть научной проблемы, представляемой докладчиком. Язык и способ изложения доклада должны быть доступными для понимания студентами учебной группы. Доклад излагается устно, недопустимо дословное чтение текста. Можно подготовить презентацию по выбранной теме.

Требования к проведению индивидуального собеседования. Собеседование проводится по заранее известному ординаторам перечню вопросов, индивидуально с каждым ординатором. Последний должен, получив вопросы, раскрыть понятия, которые в этих вопросах даются. Дополнительного времени на подготовку ординатор не получает. На работу с одним ординатором выделяется не более 5 минут.

Требования к заданиям на оценку умений и навыков. Задания выполняются аудиторно, на практических занятиях. Задания носят индивидуальный характер, преподаватель вправе решать, давать их в устной или письменной форме.

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

Для достижения целей педагогического образования применяются следующие информационные технологии:

1. Образовательный портал дистанционного обучения Казанского ГМУ. Дистанционный курс в составе образовательного портала создан в системе MOODLE и содержит в себе лекции, презентации, задания, гиперссылки на первоисточники учебного материала, тесты/ задания для самоконтроля, контрольные и итоговые тесты по курсу.

2. Операционная система WINDOWS.

3. Пакет прикладных программ MSOFFICE Prof в составе: текстовый редактор WORD, электронная таблица EXCEL, система подготовки презентаций POWERPOINT, база данных ACCESS.

Всё программное обеспечение имеет лицензию и ежегодно/или своевременно обновляется.

1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине согласно ФГОС

Маркетинговая деятельность в фармации	<p>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа №308: <u>Оснащение:</u> Столы, стулья для обучающихся; стол, стул для преподавателя, доска, Проектор - мультимедиа NEC ME331X (NH-ME331XG), ноутбук ASUS X554LJ; <u>Перечень лицензионного программного обеспечения.</u> <u>Реквизиты подтверждающего документа</u> Windows 10 Home SL лицензия №67035504 от 17.05.2016, OfficeProfessionalPlus 2016 лицензия №67035504 от 17.05.2016</p>	<p>Институт фармации, 420137, Республика Татарстан, г.Казань, проспектАмирхана, д.16, 3 этаж</p>
	<p>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - аудитория № 106: <u>Оснащение:</u> Ноутбук Lenovo G50-30 15,6 IntelCeleron № 2830 Проектор мультимедиа Sanyo PLC-SW30 Крепление потолочное для проектора 305*610мм Экран настенный 153*200 Парты уч."моноблок"2ухмест. Стулья жесткие Стол письменный рабочий Доска аудиторная ДА-32К; <u>Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа</u> Windows 8.1 Prof лицензия № 64999074 от 17.04.2015 OfficeStd 2013 лицензия № 64999074 от 17.04.2015</p>	<p>Институт фармации, 420137, Республика Татарстан, г.Казань, проспектАмирхана, д.16, 1 этаж</p>
	<p>помещение для самостоятельной работы к.204 - читальный зал открытого доступа <u>Оснащение:</u> Столы, стулья для обучающихся; компьютеры <u>Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа</u> Windows 10 PRO лицензия №68214852 от 16.03.2017, OfficeProfessionalPlus 2016 лицензия №68214852 от 16.03.2017, DrWeb 6 ES лицензия №6E5F-4RSK-BV4W-N5T1 срок использования с 10.12.2016 по 21.10.2020</p>	<p>420012, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Бутлерова, д. 49 2 этаж</p>

Директор Института фармации,
к.фарм.н., доцент



Мустафин Руслан Ибрагимович