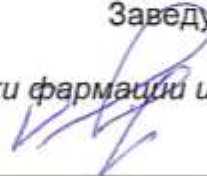


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Управления и экономики фармации и фармакогнозии

Чупандина Е.Е.

27.05.2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.05 Фармацевтический менеджмент и маркетинг

- 1. Код и наименование направления подготовки/специальности:** 33.06.01 Фармация
- 2. Профиль подготовки/специализация:** Организация фармацевтического дела
- 3. Квалификация (степень) выпускника:** Исследователь. Преподаватель – исследователь
- 4. Форма обучения:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** Кафедра управления и экономики фармации и фармакогнозии фармацевтического факультета
- 6. Составитель программы:** Чупандина Е.Е., доктор фармацевтических наук, профессор
- 7. Рекомендована:** НМС фармацевтического факультета от 25.05.2020 №1500-08-04
- 8. Учебный год:** 2022-2023 **Семестр:** 5

9. Цели и задачи учебной дисциплины

Цель: развитие у аспирантов углубленных знаний и профессиональных навыков в области исследования особенностей фармацевтического менеджмента и маркетинга при осуществлении фармацевтической деятельности.

Задачи:

- 1) формирование углубленных теоретических знаний в области современных концепций управления организациями и предприятиями; ознакомление с отраслевыми особенностями применения современных концепций менеджмента в фармацевтических организациях, предприятиях;
- 2) формирование углубленных теоретических знаний в области современного маркетинга и отраслевых особенностей их реализации в сфере обращения лекарственных средств;
- 3) изучение теоретических основ исследования рынка, включая отраслевые особенности фармацевтического рынка.
- 4) развитие навыков по применению полученных знаний и умений при поиске и решении актуальных проблем в области фармацевтического менеджмента и маркетинга.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть.

Аспиранты должны иметь теоретическую и практическую подготовку по таким дисциплинам как организация фармацевтического дела, актуальные проблемы педагогики высшей школы, психологические проблемы высшего образования, которые дали им углубленное понимание базовых организационно-управленческих категорий и проблем в области организации фармацевтического дела в современных условиях, закономерностях и принципах педагогического процесса в высшей школе, традиционных и инновационных технологий преподавания, необходимых для решения типовых задач профессиональной практики. Данная учебная дисциплина будет способствовать развитию управленческих компетенций.

Аспиранты должны также иметь подготовку по дисциплине «История и философия науки», изучаемой на 1-м году обучения в аспирантуре. Учебная дисциплина «Фармацевтический менеджмент и маркетинг» является логическим продолжением и изучается после такой дисциплины, как «Психологические проблемы высшего образования», а также основана на знаниях, умениях и навыках, полученных на предыдущей ступени фармацевтического образования (специалитет).

Учебная дисциплина является предшествующей для дисциплин по выбору, а также для прохождения аспирантами производственной практики, научно-исследовательской и подготовки и написания НКР, защиты НКР.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ПК-9	Способность и готовность к исследованию особенностей фармацевтического маркетинга и менеджмента при	Знать: основные направления научного развития фармацевтического менеджмента и маркетинга. Целевой, системный, процессный подход в управлении фармацевтической организации. Преимущества и недостатки организационных структур, преимущества и недостатки их реализации в фармацевтических организациях.

	осуществлении фармацевтической деятельности	Отраслевые особенности управления фармацевтическим персоналом. Организационные и профессиональные коммуникации в фармацевтической организации. Природа конфликтов и пути их решения. Маркетинговая деятельность фармацевтических организаций, особенности потребителей, товара и ценообразования в условиях рынка и ОМС. Уметь: на основе критического анализа научных достижений в области фармацевтического менеджмента и маркетинга и задач, формируемых реальным сектором экономики, проектировать научные исследования с учетом отраслевых особенностей. Владеть: навыками научных исследований в области фармацевтического менеджмента и маркетинга
ПК-11	Анализ рынка лекарственных средств	Знать: теоретические основы исследования фармацевтического рынка. Уметь: формулировать цели анализа, подбирать методы исследования, организовывать исследования, анализировать результаты. Владеть: навыками проведения анализа фармацевтического рынка.

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.

4 з.е./144 часа.

Форма промежуточной аттестации

Зачет

13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость	
	Всего	По семестрам
		5 семестр
Контактная работа	4	4
в том числе:	лекции	
	практические	
	Индивидуальные занятия	4
Форма промежуточной аттестации <i>зачет</i>		
Самостоятельная работа	140	140
Итого:	144	144

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Эволюция фармацевтического менеджмента	1. Основные этапы в развитии теории и практики менеджмента (основные управленческие школы) 2. Основные этапы в развитии фармацевтического менеджмента.
2	Теоретические	1. Понятие и содержание фармацевтического

	основы фармацевтического менеджмента	менеджмента. 2. Фармацевтическая организация как объект фармацевтического менеджмента 3. Принципы и закономерности, методы фармацевтического менеджмента и особенности их реализации
3	Модели управления фармацевтической организацией	1. Целевая модель управления фармацевтической организацией 2. Системная модель управления фармацевтической организацией. 3. Процессная модель управления фармацевтической организацией.
4	Организация деятельности фармацевтической организации	1. Организационные типы структур фармацевтических организаций: характеристики, преимущества и недостатки. 2. Сетевые структуры в сфере обращения лекарственных средств. 3. Документальное регламентирование организационной структуры управления.
5	Мотивация персонала фармацевтической организации	1. Сущность мотивации и ее основные элементы. 2. Классификация трудовой мотивации. 3. Стимулирование как механизм трудовой мотивации. 4. Система материального стимулирования на основе показателей результата деятельности. 5. Мировые практики систем трудовой мотиваций.
6	Управление человеческими ресурсами в фармацевтической организации	1. Понятие и основные этапы управления человеческими ресурсами. 2. Планирование потребности в персонале. 3. Привлечение и отбор персонала фармацевтической организации. 4. Адаптация персонала. 5. Обучение персонала: цели, этапы, методы. 6. Формирование и поддержание организационной культуры фармацевтической организации.
7	Контроль в системе фармацевтического менеджмента	1. Сущность контроля как функции фармацевтического менеджмента. 2. Виды и содержание управленческого контроля. 3. Процесс управленческого контроля: основные этапы.
8	Организационные коммуникации в фармацевтической организации	1. Сущность и классификация деловых коммуникаций. 2. Организационные коммуникации: каналы и средства. 3. Формы внутренних организационных коммуникаций.
9.	Управление конфликтами	1. Понятие, типы и структурные элементы конфликта. 2. Причины конфликтов. 3. Управление конфликтами: понятие, функции. 4. Методы управления конфликтами.
10	Теоретические основы маркетинга: сущность, концепции,	1. Роль маркетинга в управлении фармацевтической организацией. 2. Поведение потребителей на фармацевтическом рынке.

	принципы. Особенности реализации ф сфере обращения лекарственных средств.	3. Сегментирование, выбор целевого рынка и позиционирование лекарственных препаратов. 4. Товар в системе фармацевтического маркетинга. 5. Сбытовая политика фармацевтической организации. 6. Особенности B2B-маркетинга
11	Рыночные механизмы ценообразования на лекарственные средства	1. Цели ценообразования в рыночные условиях. 2. Ценовая политика и ценовая стратегия фармацевтической организации. 3. Модели ценообразования в условиях рынка. 4. Основные факторы, оказывающие влияние на процесс ценообразования лекарственных препаратов.
12	Коммуникационная деятельность фармацевтической организации ее работников	1. Понятие о коммуникационной деятельности компании 2. Продажа товаров/услуг организации 3. Бренд товара и организации 4. Зонтичные бренды и проблемы их использования. 5. PR как инструмент формирования образа организации вне сферы ее непосредственной деятельности 6. Маркетинговые коммуникации. 7. Особенности продвижения лекарственных препаратов.

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Индивидуальные занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	Эволюция фармацевтического менеджмента		5	5
2	Теоретические основы фармацевтического менеджмента		5	5
3	Модели управления фармацевтической организацией	2	30	26
4	Организация деятельности фармацевтической организации		5	5
5	Мотивация персонала фармацевтической организации		10	10
6	Управление человеческими ресурсами в фармацевтической организации		15	20
7	Контроль в системе фармацевтического менеджмента		10	10
8	Организационные коммуникации в фармацевтической организации	1	5	6

9	Управление конфликтами		15	16
10	Теоретические основы маркетинга: сущность, концепции, принципы. Особенности реализации в сфере обращения лекарственных средств.		20	20
11	Анализ рынка лекарственных средств: теоретические основы.		20	20
12	Продвижение лекарственных препаратов.	1	10	11
	Итого:	4	140	144

14. Методические указания по освоению дисциплины

14.1 Методические указания для обучающихся

Освоение дисциплины предполагает активную самостоятельную учебную деятельность, на которую отводится 140 часов, в том числе работу при подготовке реферата в качестве текущей аттестации.

Самостоятельная учебная деятельность аспирантов по дисциплине «Фармацевтический менеджмент и маркетинг» предполагает изучение рекомендуемой преподавателем литературы, самостоятельное освоение теоретических и практических проблем в области фармацевтического менеджмента и маркетинга (темы см. ниже). Для этого целесообразно использовать перечень учебников, учебно-методических пособий, научных источников, рекомендованных преподавателем.

Рекомендуется конспектировать вышеперечисленные источники для более глубокого и осмысленного усвоения теоретического материала. Одна из главных задач обучающегося – научиться отбирать из текста главные мысли и положения. Конспект не должен сводиться ни к сплошному переписыванию рекомендованного источника, ни к его тезисному изложению, напоминающему план. Конспектированию подлежат тексты первоисточников, научных статей. При подготовке конспекта обязательно указывается автор книги (статьи), место и год издания, страницы, на которых расположен конспектируемый текст в источнике. Поощряются сопровождающие конспект комментарии аспиранта, представление основных идей в форме схем или таблиц. Комментированный конспект как жанр учебно-исследовательской работы в виде самостоятельной деятельности аспиранта имеют свою специфику. Конспект первоисточника и комментариев к нему могут быть либо отдельными частями целостной работы, либо «встроенными». При этом конспект одного из предложенных преподавателем текстов, зачастую ограниченного в объеме, с извлечением принципиально важного фрагмента, выглядит типично. Аспирант «свертывает» текст, цитирует ключевые идеи, ссылается на определенные страницы – учится культуре заимствований, соблюдению требований и принципов профессионально-научной этики. Комментарий – вторая часть работы – может быть выполнен как от лица магистра (заметки на полях и в основном по поводу определения терминов, рассуждения по ходу излагаемого материала), так и от имени преподавателя, изучавшего творчество конспектируемого автора.

Подготовка реферата предполагает самостоятельное изучение аспирантом литературы по избранной теме, изложение изученного содержания на высоком профессиональном уровне, с необходимой степенью глубины и полноты анализа, обобщения материала, формулированием итоговых выводов. Поощряется представление собственной профессиональной позиции аспиранта как будущего исследователя.

При написании реферата аспирант должен полностью раскрыть выбранную тему, соблюсти логику изложения материала, показать умение делать обобщения и выводы. Реферат должен состоять из введения, основной части, заключения и списка использованной литературы. Во введении требуется обосновать актуальность темы, определить основной методологический аппарат проведенного теоретического (педагогического) исследования. В основной части (может включать в себя несколько глав, в структуре которых выделяются отдельные параграфы) раскрывается сущность выбранной темы; в конце каждой главы основной части делаются краткие выводы. В заключении подводятся итоги выполненного исследования, формулируются общие выводы, определяются перспективы исследования избранной темы. В списке использованной литературы указываются все публикации, которыми пользовался аспирант при подготовке реферата (на каждую публикацию должна быть ссылка в его тексте).

Все выполняемые аспирантами самостоятельно задания подлежат последующей проверке преподавателем для получения допуска к зачету.

14.2 Методические рекомендации для научно-педагогического персонала

Ответственность за организацию и содержание дисциплины несет педагогический работник, в нагрузку которого распределены учебные поручения по дисциплине. Рабочая программа учебной дисциплины расположена на платформе MOODLE. Самостоятельная работа организуется и контролируется преподавателем. Для оказания помощи в освоении дисциплины организуется индивидуальные занятия (4 часа). Время и место проведения индивидуальных занятий по дисциплине располагается на доске объявлений кафедры и проходит в аудиториях 406,407.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература

№ п/п	Источник
1	Основы фармацевтического маркетинга и менеджмента : учеб-метод. пособие / сост. Е.Е. Чупандина, Е.В. Болдырева .— Воронеж : ИПЦ ВГУ, 2011 .— 58 с.
2	Управление и экономика фармации [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие : [для обучающихся по специальности "Фармация", ординаторов, обуч. по специальности "Управление и экономика фармации" и аспирантов, обучающихся по научной специальности "Организация фармацевтического дела", для специальностей: 33.05.01 - Фармация, 33.08.02 - Управление и экономика фармации, 14.04.03 - Организация фармацевтического дела] / Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2018.
3	Матвеева, Л.Г. Информационный менеджмент : учебное пособие / Л.Г. Матвеева, О.А. Чернова ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет. – Таганрог : Южный федеральный университет, 2016. – 155 с. : схем., табл., ил. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493240

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
4	Теоретико-методологический анализ современных управленческих концепций фармацевтического менеджмента / Е.Е. Чупандина, Г.Т. Глембоцкая // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Химия. Биология. Фармация. — Воронеж, 2010 .— № 1. - С. 182-187
5	Маркетинг PR и рекламы : учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяевой. – Москва : Юнити, 2015. – 495 с. : табл., ил., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709

6	Основы менеджмента : [Учебник] / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; Пер. с англ. М. А. Майорова и др.; Общ. ред. и вступ. ст. А. И. Евенко .— М. : Дело, 1998 .— 799 с.
7	Теория организаций : Курс лекций для студ. вузов, обуч. по спец. "Менеджмент" / Б.З. Мильнер .— М. : ИНФРА-М, 1998 .— 334,[1] с.
8	Менеджмент в России и за рубежом : журнал .— Москва : Финпресс
9	Стратегические решения и риск-менеджмент : журнал : 16+ / учред.: Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации ; ООО "Издательский дом "Реальная экономика" .— Санкт-Петербург : Издательский дом "Реальная экономика", 2019.
10	Маркетинг в России и за рубежом : журнал / Изд-во "Финпресс"
11	Практический маркетинг : Журнал / Учред. и изд.: ООО "Агентство VCI Marketing"
12	Котлер, Филип. Маркетинг. Менеджмент : Анализ, планирование, внедрение, контроль / Ф. Котлер ; Пер. с англ. М. Бугаев и др. — 9-е изд. — СПб. : Питер Ком, 1998 .— 887 с.
13	Маркетинг: принципы и стратегия : Учебник для вузов / Г. Ассэль ; Пер. с англ. Штернгарца М. З.; Науч. ред. Калгин В. Н. — 2-е изд. — М. : ИНФРА-М, 1999 .— 803 с.
14	Стратегический менеджмент : учебник : [для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 38.03.02 "менеджмент"] / Л.Е. Басовский .— Москва : Инфра-М, 2018 .— 363, [1] с.
15	Маркетинг в социальных сетях / Дамир Халилов .— 4-е изд. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2017 .— 228 с.
16	Барнагян, В.С. Менеджмент : учебное пособие : [16+] / В.С. Барнагян, С.Н. Гончарова ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). — Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. — 220 с. : табл., схем., граф. — Режим доступа: по подписке. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567184

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
1	ЭБС «Университетская библиотека online» http://biblioclub.ru/
2	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. — URL: http://www.lib.vsu.ru
3	Научная электронная библиотека. Полнотекстовая база данных научных журналов. Свободный доступ из сети ВГУ: http://elibrary.ru
4	Электронные периодические издания «ИВИС» Доступ из интрасети ВГУ https://dlib.eastview.com

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1	Методические материалы по организации самостоятельной работы аспирантов, обучающихся по направлению подготовки кадров высшей квалификации 33.06.01 - Фармация : [руководство для организации самостоятельной работы по теоретическому изучению дисциплин, подготовке и выполнению лабораторных работ, написанию рефератов, для специальности 14.04.03 - Организация фармацевтического дела] / Е.Е. Чупандина ; Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2017 .— 51 с. : табл. <URL: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m17-234.pdf >.

17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

Аспирант имеет доступ к электронной информационно-образовательной среде Университета, включая электронную библиотеку ВГУ (www.lib.vsu.ru). Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда Moodle обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Электронная и информационно-образовательная среда ВГУ обеспечивает:

-доступ к рабочей программе дисциплины, изданиям ЭБС и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочей программе;

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации (личный кабинет аспиранта);

формирование электронного портфолио аспиранта, в том числе сохранение их работ, рецензий и оценок на работы со стороны любых участников образовательного процесса;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе посредством сети Интернет (образовательная платформа Moodle, электронная почта).

Учебная дисциплина реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

1. Организация взаимодействия с аспирантом посредством электронной почты – chupandina@vsu.ru, сайта кафедры - <http://www.pharm.vsu.ru/mepp/>

2. ЭБС «Университетская библиотека online» <http://biblioclub.ru/>

3. Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – URL:<http://www.lib.vsu.ru>

4. Информационно-обучающая среда Moodle <https://edu.vsu.ru/>.

5. Программное обеспечение - бессрочные лицензии (ABBYY FineReader 12 Professional Full, OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdmc, WinSrvStd 2012 RUS OLP NL Acdmc 2Proc, ОС Windows), интернет-браузер Mozilla Firefox, LibreOffice 7.1.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

<p>Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения</p>	<p>Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)</p>
<p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий (индивидуальных занятий): специализированная мебель, мультимедиа-проектор, экран настенный, компьютеры, подключенные к сети Интернет (13 шт.), МФУ. ПО: интернет-браузер Mozilla Firefox, СПС «ГАРАНТ-Образование», СПС"Консультант Плюс" для образования, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, LibreOffice 7.1</p>	<p>394036, г. Воронеж, ул. Студенческая, д. 3</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети «Интернет»: Специализированная мебель, компьютеры (12 шт.), доска магнитно-маркерная. ПО: интернет-браузер Mozilla Firefox, СПС «ГАРАНТ-</p>	<p>394036, г. Воронеж, ул. Студенческая, д. 3</p>

Образование», СПС"Консультант Плюс" для образования, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, LibraOffice 7.1	
--	--

19. Фонд оценочных средств:

19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения(показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)	ФОС* (средства оценивания)
<p>ПК-9 Особенностей деятельности менеджмента и маркетинга при осуществлении фармацевтической</p>	<p>Знать: Теоретические основы менеджмента и маркетинга и их отраслевые особенности: принципы, закономерности, концепции, основные функции. Содержание и реализацию основных функций: планирование, организация, контроль. Теории и подходы в формировании системы мотивации персонала фармацевтических работников. Организационные коммуникации. Управление конфликтами. Продвижение лекарственных препаратов. Рыночные механизмы ценообразования на лекарственные препараты</p>	<p>Тема 1-12</p>	<p>ФОС текущей аттестации (рефераты)</p>
	<p>Уметь: применять положения концепции, положения и закономерности менеджмента и маркетинга при формировании стратегии фармацевтической организации. Осуществлять выбор организационной структуры фармацевтической организации на основе оценки влияния комплекса внешних и внутренних факторов. Применять теоретические знания для разработки</p>		

	системы мотивации фармацевтических работников		
	Владеть: навыками управления фармацевтической организации в части планирования ее деятельности, построения ее организационной структуры, распределения полномочий и ответственности, осуществления контроля.. Навыками формирования системы мотивации на основе стимулирования работников, Приемами продвижения лекарственных препаратов и рыночными механизмами ценообразования на ЛП.		
Промежуточная аттестация (зачет)			ФОС промежуточной аттестации (КИМ)

19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения по дисциплине используется шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Для оценивания компетенции по дисциплине используются следующие показатели:

1. знание учебного материала, понятийных категорий, глубокое и правильное изложение основ организации лекарственного обеспечения населения в условиях ОМС и рынка;
2. знание современных проблем в организации лекарственного обеспечения населения в условиях ОМС и рынка;
3. умение использовать систему нормативно-правового обеспечения при организации лекарственного обеспечения населения, отдельных категорий пациентов;
4. умение излагать материал в процессе ответа логически последовательно, профессионально, делать обоснованные полные выводы;
5. владеть навыками планирования и реализации лекарственного обеспечения населения в рамках существующих перечней ЛП.

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов представлено в таблице.

Критерии оценивания компетенции	Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания
Полное соответствие ответа аспиранта всем показателям по вопросам в КИМ. Продемонстрированы знание учебного материала, понятийных категорий, глубокое и правильное изложение основ и категориального аппарата	Повышенный уровень	Зачет

<p>фармацевтического менеджмента и маркетинга. Продемонстрированы умения использовать теоретические основы, категориальный аппарат фармацевтического менеджмента и маркетинга.</p> <p>Грамотно и профессионально изложен материал ответа, в логической последовательности и обоснованы выводы.</p> <p>Владеет навыками применения принципов и закономерностей фармацевтического менеджмента и маркетинга при решении профессиональных задач в области управления фармацевтической организацией и анализа рынка лекарственных препаратов.</p>		
<p>Несоответствие ответа аспиранта одному из перечисленных показателей (к одному из вопросов КИМ) и правильный ответ на дополнительный вопрос в пределах программы.</p> <p>ИЛИ</p> <p>Несоответствие ответа аспиранта любым двум из перечисленных показателей (либо двум к одному вопросу, либо по одному к каждому вопросу КИМ) и правильные ответы на два дополнительных вопроса в пределах программы.</p> <p>В ответе на основные вопросы КИМ содержатся отдельные пробелы в знании учебного материала и категориального аппарата, современных проблем и тенденций развития фармацевтического менеджмента и маркетинга.</p> <p>Демонстрирует неустойчивое владение навыками применения принципов и закономерностей фармацевтического менеджмента и маркетинга при решении профессиональных задач в области управления фармацевтической организацией и анализа рынка лекарственных препаратов.</p>	Базовый уровень	Зачет
<p>Несоответствие ответа обучающегося любым двум из перечисленных показателей и неправильный ответ на дополнительный вопрос в пределах программы.</p> <p>ИЛИ</p> <p>Несоответствие ответа обучающегося любым трем из перечисленных показателей (в различных комбинациях по отношению к вопросам КИМ).</p> <p>В ответе на основные вопросы КИМ содержатся фрагментарные знания учебного материала и категориального аппарата фармацевтического менеджмента и маркетинга.</p> <p>Допускаются существенные ошибки при демонстрации умений использовать систему знания о фармацевтическом менеджменте и маркетинге;</p> <p>Обнаружено слабое владение навыками применения принципов и закономерностей фармацевтического менеджмента и маркетинга при решении профессиональных задач в области управления фармацевтической организацией и анализа рынка</p>	Пороговый уровень	Зачет

лекарственных препаратов.		
<p>Несоответствие ответа аспиранта любым четверем из перечисленных показателей (в различных комбинациях по отношению к вопросам КИМ).</p> <p>Демонстрируются отрывочные знания учебного материала.</p> <p>Допускаются грубые ошибки при демонстрации умений использовать систему знаний для решения типовых задач в области управления фармацевтической организацией и анализа рынка лекарственных препаратов.</p> <p>Не демонстрируется владение навыками планирования, определения и осуществления обоснованных путей и способов решения профессиональных задач в области управления фармацевтической организацией и анализа рынка лекарственных препаратов.</p>	-	Не зачет

19.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (промежуточная аттестация)

1. Основные этапы в развитии теории и практики менеджмента (основные управленческие школы)
2. Основные этапы в развитии фармацевтического менеджмента.
3. Понятие и содержание фармацевтического менеджмента.
4. Фармацевтическая организация как объект фармацевтического менеджмента
5. Принципы и закономерности, методы фармацевтического менеджмента
4. Понятие и основные этапы стратегического планирования.
5. Постановка и выбор целей фармацевтической организации.
6. Оценка конкурентной позиции фармацевтической организации.
7. Выбор стратегии фармацевтической организации на основе альтернативности
8. Оперативное планирование
9. Цель и содержание функции.
10. Организационные типы структур фармацевтических организаций: характеристики, преимущества и недостатки.
11. Сетевые структуры в сфере обращения лекарственных средств.
12. Документальное регламентирование организационной структуры управления.
13. Сущность мотивации и ее основные элементы.
14. Классификация трудовой мотивации.
15. Стимулирование как механизм трудовой мотивации.
16. Система материального стимулирования на основе показателей результата деятельности.
17. Мировые практики систем трудовой мотиваций.
18. Понятие и основные этапы управления человеческими ресурсами.
19. Планирование потребности в персонале.
20. Привлечение и отбор персонала фармацевтической организации.
21. Адаптация персонала.
22. Обучение персонала: цели, этапы, методы.

23. Формирование и поддержание организационной культуры фармацевтической организации.
24. Сущность контроля как функции фармацевтического менеджмента.
25. Виды и содержание управленческого контроля.
26. Процесс управленческого контроля: основные этапы.
27. Сущность и классификация деловых коммуникаций.
28. Организационные коммуникации: каналы и средства.
29. Формы внутренних организационных коммуникаций.
30. Понятие, типы и структурные элементы конфликта.
31. Причины конфликтов.
32. Управление конфликтами: понятие, функции.
33. Методы управления конфликтами.
34. Роль маркетинга в управлении фармацевтической организацией.
35. Поведение потребителей на фармацевтическом рынке.
36. Сегментирование, выбор целевого рынка и позиционирование лекарственных препаратов.
37. Товар в системе фармацевтического маркетинга.
38. Сбытовая политика фармацевтической организации.
41. Особенности B2B-маркетинга.
39. Ценовая политика и ценовая стратегия фармацевтической организации.
40. Модели ценообразования в условиях рынка.
41. Основные факторы, оказывающие влияние на процесс ценообразования лекарственных препаратов.
42. Анализ рынка лекарственных препаратов: цели и основные этапы.
45. Понятие о коммуникационной деятельности компании
46. Продажа товаров/услуг организации
47. Бренд товара и организации
48. Зонтичные бренды и проблемы их использования.
49. PR как инструмент формирования образа организации вне сферы ее непосредственной деятельности
50. Маркетинговые коммуникации.
51. Особенности продвижения лекарственных препаратов.

19.4 Материалы, для контроля знаний, умений, навыков в процессе освоения дисциплины (текущая аттестация).

Текущая аттестация проводится в виде подготовки и написания реферата.

Темы рефератов могут быть сформулированы самостоятельно или выбраны из предложенных ниже:

1. История становления фармацевтического менеджмента: основные этапы и их характеристики.
2. Организационные структуры фармацевтических компаний: анализ регионального рынка.
3. Модели стимулирования персонала в фармацевтических организациях.
4. Адаптация фармацевтического персонала: сущность, этапы и приемы.
5. Контроль как функция эффективного фармацевтического менеджмента.
6. Маркетинговые исследования рынка лекарственных препаратов: основные этапы и их характеристика.
7. Методы исследования фармацевтического рынка.
8. Источники получения данных о рынке лекарственных препаратов.

Для оценивания рефератов используются следующие показатели:

1. степень раскрытия темы;
2. обоснованность выбора источников и их число;

3. грамотность.

Шкалы и критерии оценивания

Для оценивания результатов обучения на текущей аттестации используются следующие критерии и показатели:

Критерии	Показатели
1. Новизна реферированного текста	- новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
2. Степень раскрытия сущности проблемы	- соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
3. Обоснованность выбора источников	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
4. Соблюдение требований к оформлению	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
5. Грамотность	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

Для оценивания результатов используется шкала: «зачтено», «не зачтено».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения на текущей аттестации представлено в таблице.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Выполнены все требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению; либо выполнены основные требования к написанию реферата, но при этом допущены недочёты. В частности,	Компетенция сформирована	Зачтено

имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упушения в оформлении.		
Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; отсутствует вывод; тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы или реферат не представлен.	Компетенция не сформирована	Не зачтено

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

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится путем оценки рефератов.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний.

При оценивании используются количественные шкалы оценок. Критерии оценивания приведены выше.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Специальность: 33.06.01 Фармация

Дисциплина: Фармацевтический менеджмент и маркетинг

Профиль подготовки (направленность): Организация фармацевтического дела

Форма обучения: Очная

Учебный год: 2022-2023

Ответственный исполнитель

Заведующий кафедрой УЭФФ Чупандина Е.Е. ____ 20__

СОГЛАСОВАНО

Куратор ООП по специальности Чупандина Е.Е. ____ 20__

Начальник отдела обслуживания ЗНБ _____ ____ 20__

Программа рекомендована НМС фармацевтического факультета протокол от 25.05.2020
№1500-08-04