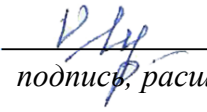


**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное**  
**учреждение высшего образования**  
**«Воронежский государственный университет»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой  
Управления и экономики фармации

 Е.Е. Чупандина  
*подпись, расшифровка подписи*  
24.05.2023

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.Б.7 Фармацевтический маркетинг

**1. Шифр и наименование специальности:**

33.08.02 Управление и экономика фармации

**2. Профиль подготовки/специализация:** отсутствует

**3. Квалификация выпускника:** провизор - менеджер

**4. Форма образования:** очная

**5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:**

Кафедра управления и экономики фармации

**6. Составители программы:**

Чупандина Елена Евгеньевна, д.фарм.н., профессор, Кузёмкина Александра Васильевна, к.фарм.н., Болдырева Елена Владимировна, к.фарм.н.

**7. Рекомендована:**

Научно-методическим советом фармацевтического факультета, протокол № 1500-06-04 от 22.05.2023

**8. Учебный год:** 2023-2024

Семестр(ы): 3

**9. Цели и задачи учебной дисциплины:** выработать у ординаторов способность к принятию управленческих решений в области повышения конкурентоспособности субъектов фармацевтического рынка на основе результатов исследования маркетинговой деятельности фармацевтических организаций.

Основные задачи дисциплины:

- ознакомление ординаторов с методами проведения маркетинговых исследований фармацевтического рынка, подходами к оценке экономической эффективности методов продвижения, особенностями продвижения лекарственных препаратов на разных этапах жизненного цикла;
- приобретение навыков по мониторингу спроса на различных группы товаров аптечного ассортимента;
- приобретение навыков планирования деятельности и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации.

**10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:** дисциплина относится к базовой части образовательной программы по специальности 33.08.02 «Управление и экономика фармации» и предлагается к изучению в третьем семестре.

**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-4        | готовность к применению основных принципов управления в профессиональной сфере | <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности развития фармацевтического рынка в РФ и за рубежом;</li> <li>- современные направления развития методов государственного управления фармацевтическим рынком;</li> <li>- методы и приемы исследования фармацевтического рынка;</li> <li>- методы продвижения товара и особенности их применения на фармацевтическом рынке</li> <li>- положения нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих обращение лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента, в том числе в соответствии с Соглашением о единых принципах и правилах обращения лекарственных средств в рамках Евразийского экономического союза; институциональные нормы в сфере управления фармацевтической деятельностью</li> <li>- мерчандайзинг в аптечных организациях.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять маркетинговые исследования в процессе принятия управленческих решений;</li> <li>- проводить мониторинг целевых групп по новым лекарственным препаратам и другим товарам аптечного ассортимента;</li> <li>- проводить анализ методов и способов продвижения лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента и распространения информации, используемой в отрасли, делать заключения о целесообразности их использования;</li> <li>- осуществлять мониторинг спроса потребителей, в том числе на новые лекарственные препараты и другие товары аптечного ассортимента.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками анализа текущей ситуации и программ развития отрасли для планирования деятельности фармацевтической организации;</li> <li>- навыками анализа спроса на лекарственные препараты и другие товары аптечного ассортимента и потребности в них;</li> <li>- навыками поиска, обработки и анализа информации,</li> </ul> |

|  |  |
|--|--|
|  | необходимой для подготовки и обоснования управленческих решений в области маркетинговых исследований фармацевтического рынка;<br>- навыками планирования деятельности и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации. |
|--|--|

## 12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час — 3 з.е./108 ак.ч.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

## 13. Виды учебной работы:

| Вид учебной работы                     | Трудоемкость |              |       |
|--|--------------|--------------|-------|
|  | Всего        | По семестрам |       |
|  |              | Семестр 3    | Итого |
| Аудиторные занятия                     | 11           | 11           | 11    |
| в том числе:                           |              |              |       |
| лекции                                 | -            | -            | -     |
| практические                           | 9            | 9            | 9     |
| Контроль самостоятельной работы        | 2            | 2            | 2     |
| Самостоятельная работа                 | 97           | 97           | 97    |
| Форма промежуточной аттестации (зачет) | -            | -            | -     |
| Итого:                                 | 108          | 108          | 108   |

### 13.1. Содержание дисциплины

| № п/п                          | Наименование раздела/темы дисциплины   | Содержание темы дисциплины  |
|--------------------------------|--|---|
| <b>1. Практические занятия</b> |  |   |
| 1.1                            | Методологические основы исследования фармацевтического рынка и государственные механизмы его регулирования | 1. Маркетинговые исследования рынка лекарственных препаратов: методы сбора информации, обработки информации, представления результатов<br>2. Маркетинг и государственное регулирование рынка лекарственных препаратов.<br>3. Практические аспекты маркетинговых исследований фармацевтического рынка. |
| 1.2                            | Планирование деятельности и организация ресурсного обеспечения фармацевтической организации                | 1. Спрос и потребность на товары аптечного ассортимента.<br>2. Организация ресурсного обеспечения фармацевтической организации.   |

### 13.2. Темы дисциплины и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела/темы дисциплины   | Виды занятий (часов) |                                 |                        |       |
|-------|--|----------------------|---------------------------------|------------------------|-------|
|       |  | Практическое         | Контроль самостоятельной работы | Самостоятельная работа | Всего |
| 1     | Методологические основы исследования фармацевтического рынка и государственные механизмы его регулирования | 3                    | 1                               | 40                     | 44    |
| 2     | Планирование деятельности и организация ресурсного обеспечения фармацевтической организации                | 6                    | 1                               | 57                     | 64    |
|       | Итого:   | 9                    | 2                               | 97                     | 108   |

## 14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Овладение знаниями по дисциплине предполагает посещение практических занятий и самостоятельную работу ординаторов, проводимых под руководством преподавателя. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине

«Фармацевтический маркетинг» организована на Образовательном портале «Электронный университет ВГУ» Moodle -<https://edu.vsu.ru/>.

Формы работы ординаторов, включая самостоятельную работу: при изучении дисциплины отражены в методических материалах к каждой теме занятия, а также в методических материалах по программе ординатуры.

При изучении дисциплины используются следующие виды и формы самостоятельной работы обучающихся:

- изучение и систематизация нормативно-правовых документов, регламентирующих деятельность в сфере обращения лекарственных средств в части организационно-управленческих вопросов с использованием информационно-справочных систем «Консультант Плюс», сайтов маркетинговых агентств DSMGroup, Focus Marketing Research, IMS Retail, MOST Marketing и др.

- изучение учебной, научной и методической литературы, материалов периодической литературы с использованием электронных библиотечных систем, официальных статистических данных, научной периодики в области маркетинговых исследований рынка;

- исследование локальных фармацевтических рынков по заданию преподавателя.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель осуществляет в системе MOODLE.

Формы контроля при изучении дисциплины:

устный опрос;

контроль выполнения практических навыков.

Практические работы выполняются в соответствии с рабочей программой при последовательном изучении тем. Цели, порядок проведения практической работы определяются преподавателем заранее – на предыдущем практическом занятии с обучающимися. Подготовка обучающихся к практическому занятию предполагает распределение заданий (сообщения по ключевым вопросам темы), которые определяются преподавателем. Обучающиеся должны ознакомиться с перечнем вопросов, подлежащих рассмотрению на практическом занятии в рамках устного опроса, а также ссылок на информационные источники, рекомендуемые для изучения рассматриваемых вопросов. В ходе подготовки к устному опросу на практическом занятии обучающийся может использовать теоретический материал, изучить рекомендуемую основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой.

Также в рамках практической работы на занятии обучающимися осуществляется выполнение набора практических задач предметной области с целью выработки у них навыков их решения. Перед проведением практического занятия по решению задач преподаватель информирует обучающихся о теме занятия, уделяет внимание вопросам проведения практических занятий, сообщает о целях и задачах проведения практической работы, порядке его проведения и критериях оценки результатов работы.

Самостоятельная работа является необходимой и обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Фармацевтический маркетинг» определяется данной рабочей программой дисциплины. Самостоятельная работа - это изучение без участия преподавателя отдельных тем (вопросов темы), рекомендованных в рабочей программе по данной дисциплине. Главная задача самостоятельной работы – развитие самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня. Самостоятельная работа обучающихся делится на два вида: аудиторную; внеаудиторную. Видами самостоятельной работы обучающихся в аудиторное время являются: решение заданий в рамках выполнения практической работы. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся организуется и проходит под контролем

преподавателя, предполагает выдачу обучающимся групповых или индивидуальных заданий и самостоятельное выполнение их обучающимися под методическим и организационным руководством преподавателя. Внеаудиторная работа обучающихся включает: изучение справочной, учебной основной и дополнительной литературы в соответствии с рекомендациями в рабочей программе по данной дисциплине; подготовку к устным опросам на практическом занятии.

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

### а) основная литература

| № п/п | Источник   |
|-------|--|
| 1     | Организация фармацевтической деятельности : цикл лекций / Е. Е. Чупандина, Г. Т. Глембоцкая .— Изд. 2-е, перераб. — Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2019 .— 235 с.   |
| 2     | Управление и экономика фармации : учебник / под ред. И. А. Наркевича. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2019. - 928 с. : ил. - 928 с. - URL : <a href="https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970452288.html">https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970452288.html</a> |

### б) дополнительная литература

| № п/п | Источник  |
|-------|---|
| 3     | Фармацевтический маркетинг : методическое пособие : для ординаторов как руководство для выполнения практических заданий по дисциплине "Фармацевтический маркетинг", для специальности 33.08.02 - Управление и экономика фармации / Е. Е. Чупандина, Е. В. Болдырева, А. В. Куземкина, М. С. Куролап ; Воронежский государственный университет Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2021. URL : <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m21-208.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m21-208.pdf</a> |
| 4     | Управление и экономика фармации: Учебник /под ред. В.Л. Багировой.— М.: ОАО «Издательство «Медицина», 2008.-720 с. URL : <a href="https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5225041205.html">https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5225041205.html</a>  |
| 5     | Фармацевтические процессы : сетевое планирование и управление / Екшикеев Т.К. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2020. - // ЭБС "Консультант студента". - URL : <a href="https://www.studentlibrary.ru/book/01-COS-3484.html">https://www.studentlibrary.ru/book/01-COS-3484.html</a>   |
| 6     | Внукова В.А., Правовые основы фармацевтической деятельности / Внукова В.А., Спичак И.В. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2020. - 432 с. - URL : <a href="https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970454077.html">https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970454077.html</a>   |
| 7     | Полинская Т.А., Правовые основы организации фармацевтической деятельности : учебник / Т. А. Полинская, М. А. Шишов, С. Б. Давидов. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2020. - 384 с. - URL : <a href="https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970453100.html">https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970453100.html</a>  |
| 8     | Медицинское и фармацевтическое товароведение : учебник / под ред. И. А. Наркевича. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2019. - 528 с. - URL : <a href="https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970449332.html">https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970449332.html</a>  |

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

| № п/п | Источник  |
|-------|---|
| 9     | ЗНБ ВГУ - Режим доступа: <a href="https://lib.vsu.ru/">https://lib.vsu.ru/</a>  |
| 10    | Консультант плюс – информационно-справочная система. - Режим доступа: <a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>   |
| 11    | Образовательный портал «Электронный университет ВГУ». - Режим доступа: <a href="https://edu.vsu.ru/">https://edu.vsu.ru/</a> - онлайн-курс «Фармацевтический маркетинг» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21477">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21477</a> |
| 12    | ЭБС «Консультант студента». - Режим доступа: <a href="http://www.studentlibrary.ru">http://www.studentlibrary.ru</a>  |

|    |   |
|----|---|
| 13 | Федеральная электронная медицинская библиотека Министерства здравоохранения Российской Федерации - Режим доступа: <a href="http://www.femb.ru/feml">http://www.femb.ru/feml</a> |
| 14 | Официальный сайт агентства «Ремедиум» - Режим доступа: <a href="http://www.remedium.ru">http://www.remedium.ru</a>  |

## 16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

| № п/п | Источник  |
|-------|---|
| 1     | Чупандина Е.Е. и др. Методические материалы по организации образовательного процесса ординаторов, обучающихся по специальности 33.08.02 - Управление и экономика фармации (уровень подготовки кадров высшей квалификации в ординатуре) / Е.Е. Чупандина, М.С. Куролап, А.В. Кузёмкина : Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2017 - 34 с. - URL: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m17-235.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m17-235.pdf</a> |
| 2     | Нормативно-правовые документы Информационно-справочной системы "Консультант плюс".  |

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

1. Учебная дисциплина реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий на Образовательном портале «Электронный университет ВГУ» (<https://edu.vsu.ru/>) на базе онлайн-курса «Фармацевтический маркетинг» <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21477>. Дисциплина осуществляется в соответствии с расписанием учебных занятий и расписанием промежуточных аттестаций по решению кафедры управления и экономики фармации / фармацевтического факультета / университета.

Текущая и промежуточная аттестации проводятся на Образовательном портале «Электронный университет ВГУ» (<https://edu.vsu.ru/>) на базе онлайн-курса «Фармацевтический маркетинг» <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21477>.

## 18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

|   |
|---|
| <b>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</b>                                   |
| Учебная аудитория: специализированная мебель, планшет Lenovo.<br>ПО: СПС «ГАРАНТ-Образование», СПС"Консультант Плюс" для образования, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, WinPro 8, OfficeSTD, Android 8, интернет-браузер Mozilla Firefox.  |
| Помещение для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети «Интернет»: Специализированная мебель, компьютеры, доска магнитно-маркерная.<br>ПО: СПС «ГАРАНТ-Образование», СПС"Консультант Плюс" для образования, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, Libreoffice 7.1, интернет-браузер Mozilla Firefox. |

Предусмотрена возможность обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с применением следующего специального оборудования:

а) для лиц с нарушением слуха (акустический усилитель и колонки, мультимедийный проектор);

б) для лиц с нарушением зрения (мультимедийный проектор (использование презентаций с укрупненным текстом);

в) для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата (персональные мобильные компьютеры – нетбуки).

## 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)                                   |
|---|--|---|--|
| ПК-4 готовность к применению основных принципов управления в профессиональной сфере | <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности развития фармацевтического рынка в РФ и за рубежом;</li> <li>- современные направления развития методов государственного управления фармацевтическим рынком;</li> <li>- методы и приемы исследования фармацевтического рынка;</li> <li>- методы продвижения товара и особенности их применения на фармацевтическом рынке</li> <li>- положения нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих обращение лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента, в том числе в соответствии с Соглашением о единых принципах и правилах обращения лекарственных средств в рамках Евразийского экономического союза; институциональные нормы в сфере управления фармацевтической деятельностью</li> <li>- мерчандайзинг в аптечных организациях.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять маркетинговые исследования в процессе принятия управленческих решений;</li> <li>- проводить мониторинг целевых групп по новым лекарственным препаратам и другим товарам аптечного</li> </ul> | Раздел 1, 2   | <p>Практикоориентированное задание<br/>Тестовый контроль</p> |

|                                  |   |  |                                 |
|----------------------------------|---|--|---------------------------------|
|                                  | <p>ассортимента;<br/> - проводить анализ методов и способов продвижения лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента и распространения информации, используемой в отрасли, делать заключения о целесообразности их использования;<br/> - осуществлять мониторинг спроса потребителей, в том числе на новые лекарственные препараты и другие товары аптечного ассортимента.</p> <p><b>Владеть:</b><br/> - навыками анализа текущей ситуации и программ развития отрасли для планирования деятельности фармацевтической организации;<br/> - навыками анализа спроса на лекарственные препараты и другие товары аптечного ассортимента и потребности в них;<br/> - навыками поиска, обработки и анализа информации, необходимой для подготовки и обоснования управленческих решений в области маркетинговых исследований фармацевтического рынка;<br/> - навыками планирования деятельности и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации.</p> |  |                                 |
| Промежуточная аттестация (зачет) |   |  | Практикоориентированное задание |

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

Для оценивания результатов обучения используются следующие содержательные показатели:

1) знание теоретических основ исследования фармацевтического рынка и механизмов его государственного регулирования;



2) умение планирования деятельности и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации;

3) умение обобщать, систематизировать полученные результаты и их представлять;

4) умение обосновывать свои суждения и профессиональную позицию по полученным результатам.

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

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

### Критерии оценивания компетенций и шкала оценок на зачете

| Критерии оценивания компетенций   | Уровень сформированности компетенций | Шкала оценок |
|---|--------------------------------------|--------------|
| Ординатор демонстрирует полное соответствие всем четырем критериям. Допускаются единичные недочеты при оформлении презентации и публичной защите результатов практикоориентированного задания. Более 70% правильных ответов (действий ординатора) в соответствии с алгоритмом выполнения и оценочным листом прохождения практикоориентированного задания. | Компетенция сформирована             | Зачтено      |
| Оценка «неудовлетворительно» выставляется в любом из трех случаев.<br>Ординатор не соответствует двум и более критериям. Презентация отсутствует. 70% и менее правильных ответов (действий ординатора) в соответствии с алгоритмом выполнения и оценочным листом прохождения практикоориентированного задания.  | Компетенция не сформирована          | Не зачтено   |

### Критерии оценивания компетенций и шкала оценок на текущей аттестации

| Критерии оценивания компетенций  | Уровень сформированности компетенций | Шкала оценок |
|--|--------------------------------------|--------------|
| Ординатор демонстрирует полное соответствие всем четырем критериям. Допускаются единичные недочеты при публичной защите результатов практикоориентированного задания. Более 70% правильных ответов (действий ординатора) в соответствии с алгоритмом выполнения и оценочным листом прохождения практикоориентированного задания. | Компетенция сформирована             | Зачтено      |
| Оценка «неудовлетворительно» выставляется в любом из двух случаев.<br>Ординатор не соответствует двум и более критериям. 70% и менее правильных ответов (действий ординатора) в соответствии с алгоритмом выполнения и оценочным листом прохождения практикоориентированного задания.  | Компетенция не сформирована          | Не зачтено   |

**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**

#### 19.3.1. Перечень практических заданий

1. Осуществите планирование деятельности и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации.

**Задача станции:** демонстрация ординатором умения проводить анализ

спроса на лекарственные препараты и другие товары аптечного ассортимента и потребности в них; в зависимости от специфики товара определять необходимость предоставления дополнительных данных (например, отчеты по продажам товара за определенный период); правильно определять вид спроса. Демонстрация ординатором знания о регистрации отсутствующего товара в соответствующих документах.

### **Информация (брифинг) для ординатора.**

Вы – руководитель аптечной организации. Сейчас Ваша зона ответственности – анализ спроса на лекарственные препараты и другие товары аптечного ассортимента и потребности в них.

Вам необходимо рассчитать годовую потребность в лекарственных средствах; определить размер ежемесячного спроса на лекарственные препараты в будущем периоде (с учетом результатов выборочных «полевых исследований»); оценить факторы, влияющие на спрос и потребность; провести анализ фармацевтического рынка.

Общее время выполнения навыка – 10 минут.

| <b>№ п.п.</b> | <b>Перечень ситуаций</b>  |
|---------------|---|
| 1             | Дигидрокодеин<br>Дюспаталин табл. п.о. 135 мг №50<br>Группа A03A Препараты для лечения функциональных нарушений ЖКТ                                   |
| 2             | Морфин<br>Экзодерил раствор для наружного применения 1% 10 мл<br>Группа D01AE Прочие противогрибковые препараты для местного применения               |
| 3             | Оксикодон<br>Лакалют Актив Зубная паста туба 75 мл<br>Группа Zубные пасты   |
| 4             | Тримеперидин<br>Базирон AC гель для наружного применения 2,5% 40 г<br>Группа D10A Препараты для лечения угревой сыпи местного применения              |
| 5             | Фентанил<br>Ортофен мазь для наружного применения 2% 50 г<br>- Группа M02AA Нестероидные противовоспалительные препараты для местного применения      |
| 6             | Морфин<br>Омрон Тонометр S1 п/автоматический<br>Группа Тонометры  |
| 7             | Фентанил<br>ГелоМиртол форте капс. кишечнораств. 300 мг № 20<br>- Группа R05C Отхаркивающие препараты, кроме комбинаций с противокашлевыми средствами |
| 8             | Тримеперидин<br>Цетрин табл. 10 мг №30<br>Группа R06A Антигистаминные средства системного действия  |
| 9             | Оксикодон<br>Маалокс мини суспензия для приема внутрь со вкусом черной смородины; саше 4.3мл №6<br>Группа A02A Антациды                               |

### **Алгоритм выполнения навыка.**

| <b>№ п/п</b> | <b>Действие ординатора</b>                                   |
|--------------|--|
| 1.           | Определить групповую принадлежность лекарственного препарата |
| 2.           | Рассчитать потребность в лекарственном препарате             |
| 3.           | Озвучить факторы, влияющие на потребность                    |

|     |  |
|-----|--|
| 4.  | Охарактеризовать действительный спрос  |
| 5.  | Рассчитать значение действительного спроса   |
| 6.  | Охарактеризовать реализованный спрос   |
| 7.  | Рассчитать значение реализованного спроса  |
| 8.  | Охарактеризовать неудовлетворенный спрос   |
| 9.  | Рассчитать скрытый неудовлетворенный спрос   |
| 10. | Рассчитать реальный неудовлетворенный спрос  |
| 11. | Документально оформить факт отказа или замены товаров аптечного ассортимента               |
| 12. | Озвучить факторы, влияющие на спрос  |
| 13. | Озвучить общедоступные источники информации при формировании заказа                        |
| 14. | Озвучить цель применение ABC-анализа   |
| 15. | Сделать заключение по данным ABC-анализа   |
| 16. | Сделать заключение по наиболее востребованным товарам, используя данные отчета по продажам |
| 17. | Проанализировать фармацевтический рынок  |
| 18. | Принять управленческое решение при формировании заказа в АО                                |

### Оценочный лист.

Используется для оценки действий ординатора при прохождении практикоориентированного задания. В чек-листе оценка правильности и последовательности выполнения действий ординатора:

- «Да» – действие произведено;
- «Нет» – действие не произведено.

| № п/п | Действие ординатора   | Критерии оценки                   |
|-------|---|-----------------------------------|
| 1.    | Определил групповую принадлежность лекарственного препарата                               | √ да <input type="checkbox"/> нет |
| 2.    | Рассчитал потребность   | √ да <input type="checkbox"/> нет |
| 3.    | Охарактеризовал действительный спрос  | √ да                              |
| 4.    | Рассчитал значение действительного спроса   | √ да                              |
| 5.    | Охарактеризовал реализованный спрос   | √ да <input type="checkbox"/> нет |
| 6.    | Рассчитал значение реализованного спроса  | √ да <input type="checkbox"/> нет |
| 7.    | Охарактеризовал неудовлетворенный спрос   | √ да <input type="checkbox"/> нет |
| 8.    | Рассчитал скрытый неудовлетворенный спрос   | √ да <input type="checkbox"/> нет |
| 9.    | Рассчитал реальный неудовлетворенный спрос  | √ да                              |
|       | <b>Регистрация</b>  |                                   |
| 10.   | Оформил факт отказа или замены товаров аптечного ассортимента в журнале учета дефектуры   | √ да <input type="checkbox"/> нет |
|       | <b>Анализ факторов, формирующих спрос и потребность</b>                                   |                                   |
| 11.   | Озвучил факторы, влияющие на потребность  | √ да                              |
| 12.   | Озвучил факторы, влияющие на спрос  | √ да <input type="checkbox"/> нет |
|       | <b>Использование отчетов</b>  |                                   |
| 13.   | Озвучил цель применение ABC-анализа   | √ да <input type="checkbox"/> нет |
| 14.   | Сделал заключение по данным ABC-анализа   | √ да <input type="checkbox"/> нет |
| 15.   | Сделал заключение по наиболее востребованным товарам, используя данные отчета по продажам | √ да <input type="checkbox"/> нет |
|       | <b>Принятие управленческих решений</b>  |                                   |

|   |   |   |
|---|---|---|
| 16.   | Проанализировал фармацевтический рынок  | <input checked="" type="checkbox"/> да <input type="checkbox"/> нет |
| 17.   | Принял управленческое решение при формировании заказа в АО  | <input checked="" type="checkbox"/> да                              |
| <b>Нерегламентированные и небезопасные действия</b> |   |   |
| 18.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Был невнимателен при определении групповой принадлежности лекарственного препарата</li> </ul>        | <input type="checkbox"/> да <input checked="" type="checkbox"/> нет |
| 19.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ошибся в расчетах</li> </ul>   | <input checked="" type="checkbox"/> нет                             |
| 20.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Игнорировал актуальную нормативную базу при расчете потребности в лекарственном препарате</li> </ul> | <input checked="" type="checkbox"/> нет                             |

2. Заведующий аптечной организацией провел анализ спроса лекарственных препаратов на основании полученных данных. Оцените действия заведующего аптечной организацией.

| № п/п | Действия заведующего аптечной организацией                                   |
|-------|--|
| 1.    | Охарактеризовать действительный спрос  |
| 2.    | Рассчитать значение действительного спроса                                   |
| 3.    | Охарактеризовать реализованный спрос   |
| 4.    | Рассчитать значение реализованного спроса                                    |
| 5.    | Охарактеризовать неудовлетворенный спрос                                     |
| 6.    | Рассчитать скрытый неудовлетворенный спрос                                   |
| 7.    | Рассчитать реальный неудовлетворенный спрос                                  |
| 8.    | Документально оформить факт отказа или замены товаров аптечного ассортимента |

- соответствует
- не соответствует

Ответ: соответствует

3. Заведующий аптечной организацией поручил своему заместителю провести анализ спроса лекарственных препаратов на основании данных спроса. Оцените действия заместителя заведующего аптечной организацией.

| № п/п | Действия заместителя заведующего аптечной организацией                       |
|-------|--|
| 1.    | Охарактеризовать действительный спрос  |
| 2.    | Рассчитать значение действительного спроса                                   |
| 3.    | Охарактеризовать реализованный спрос   |
| 4.    | Рассчитать значение реализованного спроса                                    |
| 5.    | Охарактеризовать неудовлетворенный спрос                                     |
| 6.    | Документально оформить факт отказа или замены товаров аптечного ассортимента |

- соответствует
- не соответствует

Ответ: не соответствует

4. Заведующий аптечной организацией поручил своему заместителю провести анализ спроса лекарственных препаратов на основании данных спроса. Оцените действия заместителя заведующего аптечной организацией.

| № п/п | Действия заведующего аптечной организацией                                   |
|-------|--|
| 1.    | Охарактеризовать реализованный спрос   |
| 2.    | Рассчитать значение реализованного спроса                                    |
| 3.    | Охарактеризовать неудовлетворенный спрос                                     |
| 4.    | Рассчитать скрытый неудовлетворенный спрос                                   |
| 5.    | Рассчитать реальный неудовлетворенный спрос                                  |
| 6.    | Документально оформить факт отказа или замены товаров аптечного ассортимента |

- соответствует
- не соответствует

Ответ: не соответствует

**19.3.2.** Правила оформления презентации представлены в методических материалах по организации самостоятельной работы ординаторов.

### 19.3.3. Тестовые задания

1. ЗАКОНОМЕРНОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ ОПРЕДЕЛЯЮТСЯ:

- А) **потребительскими предпочтениями и бюджетными ограничениями;**
- Б) эластичностью спроса;
- В) фактором времени;
- Г) предложением.

2. СПРОС В МАРКЕТИНГЕ ХАРАКТЕРИЗУЕТСЯ КАК:

- А) **потребность, обеспеченная покупательной способностью;**
- Б) ощущение потребителем нехватки чего-либо;
- В) особая форма товарно-денежных отношений;
- Г) заинтересованность покупателя в приобретении товаров.

3. ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ УТВЕРЖДАЕТ, ЧТО:

- А) **с повышением цены на товар возрастает предложение (при прочих равных условиях);**
- Б) повышение цены на товар ведёт к уменьшению величины спроса (при прочих равных условиях);
- В) с понижением цены на товар предложение увеличивается (при прочих равных условиях);
- Г) инфляцию можно определить, как дисбаланс между спросом и предложением.

4. ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОЛИЧЕСТВЕННОГО ВЛИЯНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ФАКТОРОВ НА ВЕЛИЧИНУ СПРОСА НА ЛЕКАРСТВЕННЫЕ ПРЕПАРАТЫ СЛЕДУЕТ РАССЧИТАТЬ КОЭФФИЦИЕНТЫ:

- А) **корреляции и эластичности;**
- Б) риска списания;
- В) скорости реализации;
- Г) ликвидности.

5. СПРОС МОЖНО СЧИТАТЬ ЭЛАСТИЧНЫМ, ЕСЛИ ПРИ:
- А) незначительном снижении цены значительно увеличивается спрос;
  - Б) значительном снижении цены спрос увеличивается незначительно;
  - В) изменении цены спрос не изменяется;
  - Г) незначительном снижении предложения спрос резко возрастает.
6. КОЭФФИЦИЕНТ ЦЕНОВОЙ ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА ПОКАЗЫВАЕТ, НА СКОЛЬКО ПРОЦЕНТОВ СПРОС НА ТОВАР:
- А) увеличивается при снижении его цены на 1%;
  - Б) увеличивается при увеличении его цены на 1%;
  - В) уменьшается при снижении его цены на 1%;
  - Г) уменьшается при снижении цены товара-заменителя на 1%.
7. СОВОКУПНОСТЬ МЕРОПРИЯТИЙ, НАПРАВЛЕННЫХ НА УВЕЛИЧЕНИЕ СБЫТА НА МЕСТАХ ПРОДАЖ ТОВАРОВ, НАЗЫВАЕТСЯ:
- А) мерчандайзинг;
  - Б) ценовая политика;
  - В) логистика;
  - Г) ассортиментная политика.
8. СТРАТЕГИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ОСНОВЫВАЕТСЯ НА ИЗУЧЕНИИ:
- А) спроса;
  - Б) конкурентов;
  - В) ассортимента;
  - Г) предложения.
9. В СИСТЕМЕ ЦЕНООБРАЗУЮЩИХ ФАКТОРОВ К ФАКТОРАМ СПРОСА НА ЛП ОТНОСЯТ:
- А) эффективность и побочное действие ЛП, стоимость курса лечения;
  - Б) тип рынка, группы врачей, назначающих ЛП;
  - В) количество производителей-конкурентов ЛП, тип рынка;
  - Г) величину расходов государства на здравоохранение.
10. У ПРЯМЫХ И СЛОЖНЫХ КАНАЛОВ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ ОБЩИМ ЯВЛЯЕТСЯ НАЛИЧИЕ:
- А) производителя и потребителя;
  - Б) только оптового звена;
  - В) оптового и розничного звена;
  - Г) посредников.
11. В КАНАЛАХ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ АПТЕКА ПРЕДСТАВЛЯЕТ:
- А) розничное звено;
  - Б) производителя;
  - В) оптовое звено;
  - Г) мелкооптовое звено.
12. ИСКУССТВО ЭФФЕКТИВНОЙ ПОКУПКИ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В:
- А) своевременном получении необходимого количества качественного товара по минимально возможным ценам;
  - Б) покупке необходимых товаров на условиях, предложенных поставщиком;
  - В) выборе наиболее необходимых и качественных товаров;
  - Г) организации получения необходимых товаров по предложению поставщика.
13. ВОЗМОЖНОСТЬ И ЖЕЛАНИЕ ПРОДАВЦА (ПРОИЗВОДИТЕЛЯ) ПРЕДЛАГАТЬ СВОИ ТОВАРЫ ДЛЯ ПРОДАЖИ НА РЫНКЕ ПО ОПРЕДЕЛЁННЫМ ЦЕНАМ ЯВЛЯЕТСЯ:
- А) предложением;
  - Б) спросом;
  - В) величиной (объёмом) спроса;
  - Г) величиной (объёмом) предложения.

14. РАЗНОСТЬ МЕЖДУ ЧИСЛОМ ОБРАЩЕНИЙ В АПТЕКУ ЗА КОНКРЕТНЫМ ЛЕКАРСТВЕННЫМ ПРЕПАРАТОМ И ЧИСЛОМ ПОКУПОК ЭТОГО ПРЕПАРАТА ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ КАК СПРОС:

- А) **неудовлетворённый**;
- Б) действительный;
- В) реализованный;
- Г) реальный.

15. ТОВАРНЫЙ АССОРТИМЕНТ В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ МАРКЕТИНГЕ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ КАК:

А) **группы товаров, связанных между собой по схожести функционирования, группам покупателей, диапазону цен и др.;**

- Б) всё, что предлагается рынку с целью использования или потребления;
- В) совокупность ассортиментных групп; товарных единиц;
- Г) все лекарственные средства и изделия медицинского назначения, находящиеся на витрине в торговом зале.

16. ЕСЛИ ПОВЫШЕНИЕ ЦЕНЫ НА ЛП ВЛИЯЕТ НА УВЕЛИЧЕНИЕ СПРОСА НА ЕГО АНАЛОГ, ТО ЭТИ ЛП ЯВЛЯЮТСЯ:

- А) **взаимозаменяемыми**;
- Б) взаимодополняющими;
- В) независимыми в потреблении;
- Г) товарами «второй необходимости».

17. ДЛЯ ИСКЛЮЧЕНИЯ ОТКАЗОВ ПОКУПАТЕЛЯМ И ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА АПТЕЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ НЕОБХОДИМО ЕЖЕДНЕВНО РЕГИСТРИРОВАТЬ СПРОС:

- А) **неудовлетворённый**;
- Б) действительный;
- В) угасающий;
- Г) сезонный.

18. В КАНАЛАХ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ АПТЕЧНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДСТАВЛЯЕТ:

- А) розничное звено;
- Б) производителя;
- В) оптовое звено;
- Г) мелкооптовое звено.

19. ГОТОВАЯ ПРОДУКЦИЯ ДРУГИХ ОРГАНИЗАЦИЙ, ЗАКУПЛЕННАЯ АПТЕКОЙ ДЛЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ЯВЛЯЕТСЯ:

- А) **товаром**;
- Б) сырьём;
- В) материалами;
- Г) покупными полуфабрикатами

20. ВЫБЕРИТЕ ВИД СПРОСА, ПРИ КОТОРОМ ЧИСЛО ОБРАЩЕНИЙ В АПТЕКУ ЗА КОНКРЕТНЫМ ЛЕКАРСТВЕННЫМ ПРЕПАРАТОМ РАВЕН ЧИСЛУ ПОКУПОК ЭТОГО ПРЕПАРАТА:

- А) неудовлетворённый;
- Б) действительный;
- В) **реализованный**;
- Г) реальный.

#### **19.4. 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 Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация ординаторов по дисциплине проводится в форме практикоориентированного задания.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о проведении промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования. Форма промежуточной аттестации — защита результатов практикоориентированного задания.

При оценивании используется количественная шкала. Критерии оценивания приведены выше в таблице раздела 18.2.

Задания разделов 19.3.1 и 19.3.3 рекомендуются к использованию при проведении диагностических работ с целью оценки остаточных знаний по результатам освоения данной дисциплины.