

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»
Институт медицинского образования
Кафедра фармации

УТВЕРЖДАЮ
Директор института
медицинского образования
В.Р. Вебер
(И.О. Фамилия)
« 11 » 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
учебной дисциплины

МАРКЕТИНГ И ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ В ФАРМАЦИИ

по специальности
33.05.01 Фармация
Направленность (профиль) Фармация

СОГЛАСОВАНО

Начальник отдела обеспечения
деятельности института медицинского образо-
вания

И.В. Богданова
(И.О. Фамилия)
« 11 » 2020 г.

Разработал

Доцент кафедры фармации

О.С. Петрова
(И.О. Фамилия)
« 17 » ноября 2020 г.

Принято на заседании кафедры
Протокол № 4 от « 20 » ноября 2020г.
Заведующий кафедрой

Г.А. Антропова
(И.О. Фамилия)
« 20 » ноября 2020 г.

1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины

Целью изучения дисциплины является развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общекультурных и общепрофессиональных компетенций.

Преподавание дисциплины состоит в том, чтобы дать первоначальные знания о маркетинге в фармации, подготовить студентов к дальнейшему теоретическому и практическому овладению основами экономики в фармации в процессе обучения в вузе, к получению глубокой и универсальной профессиональной подготовки.

Основная задача – изучение маркетинговых инструментов в деятельности фармацевтических организаций, позволяющих прогнозировать экономические результаты их хозяйственно-финансовой деятельности, а также корректировать сбытовую политику организации на фармацевтическом рынке.

2 Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к обязательной части учебного плана основной профессиональной образовательной программы специальности 33.05.01 Фармация и направленности (профилю) Фармация (далее – ОПОП). В качестве входных требований выступают сформированные ранее компетенции обучающихся, приобретенные ими в рамках следующих дисциплин (модулей, практик): биотехника, правоведение, математика, экономическая теория и практика принятия эффективных решений. Освоение учебной дисциплины (модуля) является компетентностным ресурсом для дальнейшего изучения следующих дисциплин (модулей, практик): фармацевтическая информатика, управление и экономика фармации.

3 Требования к результатам освоения учебной дисциплины

Перечень компетенций, которые формируются в процессе освоения учебной дисциплины:

Универсальные компетенции:

УК 3 – способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.

Общепрофессиональные компетенции:

ОПК 3 – способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом конкретных экономических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств.

Результаты освоения учебной дисциплины:

Код и наименование компетенции	Результаты освоения учебной дисциплины (индикаторы достижения компетенций)		
	УК-3.1 Знать особенности принятия совместных решений в команде; условия эффективного социального взаимодействия	УК-3.2. Уметь осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом в рамках социального взаимодействия	УК-3.3. Владеть навыками командной работы; навыками установки контакта и определения собственной роли в команде
УК-3 – способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели			
ОПК-3 – способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом конкретных экономических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств	ОПК-3.1 Знать основные положения и методы экономической науки и хозяйствования; современное состояние экономики и особенности функционирования фармацевтических	ОПК-3.2 Уметь использовать экономические знания для анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач; использовать мето-	ОПК-3.3 Владеть навыками постановки экономических и управленческих целей и их эффективного достижения с учетом непосредственных и отдаленных результатов

Код и наименование компетенции	Результаты освоения учебной дисциплины (индикаторы достижения компетенций)		
	рынков; роль государства в согласовании долгосрочных и краткосрочных экономических интересов общества в сфере обращения лекарственных средств; положения нормативных правовых актов, регулирующих обращение лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента с учетом конкретных экономических, социальных факторов	ды экономической науки в своей профессиональной и организационно-социальной деятельности, выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций на микро- и макроуровнях, а также в области мировой экономики, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты, необходимые для работы фармацевтической организации; интерпретировать положения нормативных правовых актов, регулирующих обращение лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента	финансово-хозяйственной деятельности фармацевтических организаций; важнейшими методами анализа экономических явлений в сфере обращения лекарственных средств; соблюдать нормы и правила, установленные уполномоченными органами государственной власти, при решении задач профессиональной деятельности в сфере обращения лекарственных средств

4 Структура и содержание учебной дисциплины

4.1 Трудоемкость учебной дисциплины

Части учебной дисциплины	Всего	Распределение по семестрам
		4 семестр
1. Трудоемкость учебной дисциплины (модуля) в зачетных единицах (ЗЕТ)	3	3
2. Контактная аудиторная работа в академических часах (АЧ)	54	54
3. Курсовая работа/курсовой проект (АЧ) (при наличии)	-	-
4. Внеаудиторная СРС в академических часах (АЧ)	54	54
5. Промежуточная аттестация (зачет; дифференцированный зачет; экзамен) (АЧ)	зачет	зачет

4.2 Содержание учебной дисциплины

Раздел № 1 Фармацевтический маркетинг

- 1.1 Основы маркетинга
- 1.2 Аптека как розничное звено
- 1.3 Фармацевтический маркетинг
- 1.4 Аптечный мерчандайзинг
- 1.5 Фармацевтическая логистика
- 1.6 Товарная политика в аптеке

Раздел №2 Основы рыночной экономики

- 2.1 Введение в экономическую теорию
- 2.2 Изучение потребности на лекарственные препараты
- 2.3 Определение спроса на лекарственные препараты
- 2.4 Конкурентоспособность аптечных организаций
- 2.5 Основы фармакоэкономики

4.3. Трудоемкость разделов учебной дисциплины и контактной работы

№	Наименование разделов учебной дисциплины (модуля), УЭМ, наличие КП/КР	Контактная работа (в АЧ)			Внеауд. СРС (в АЧ)	Формы текущего контроля
		Аудиторная		в т.ч. СРС		
		ЛЕК	ПЗ			
1.	Фармацевтический маркетинг	11	22	5,5	36	
1.1.	Основы маркетинга	1	2	0,5	3	тест
1.2.	Аптека как розничное звено	2	4	0,5	4	
1.3.	Фармацевтический маркетинг	2	4	0,5	4	задача
1.4.	Товарная политика в аптеке	2	4	0,5	4	
1.5.	Фармацевтическая логистика	2	2	0,5	4	тест
	Рубежная аттестация	-	2	2	11	контрольная работа
1.6.	Аптечный мерчандайзинг	2	4	1,0	6	тест, домашнее задание
2.	Основы рыночной экономики	7	14	3,5	18	
2.1.	Введение в экономическую теорию	1	2	0,5	3	реферат
2.2.	Изучения потребности на лекарственные препараты	1	2	0,5	1	домашнее задание
2.3.	Определения спроса на лекарственные препараты	1	2	0,5	3	задача
2.4.	Конкурентоспособность аптечных организаций	2	4	0,5	1	
2.5.	Основы фармакоэкономики	2	2	0,5	1	задача
	Семестровая аттестация	-	2	1,0	9	тест
	ИТОГО	18	36	9	54	

5 Методические рекомендации по организации освоения учебной дисциплины

№	Темы лекционных занятий (форма проведения)	Трудоемкость в АЧ
1.	Основы маркетинга (информационная лекция)	1
2.	Аптека как розничное звено (информационная лекция)	2
3.	Фармацевтический маркетинг (информационная лекция)	2
4.	Товарная политика в аптеке (информационная лекция)	2
5.	Фармацевтическая логистика (информационная лекция)	2
6.	Аптечный мерчандайзинг (информационная лекция)	2
7.	Введение в экономическую теорию (информационная лекция)	1
8.	Изучения потребности на лекарственные препараты (информационная лекция)	1
9.	Определения спроса на лекарственные препараты (информационная лекция)	1
10.	Конкурентоспособность аптечных организаций (информационная лекция)	2
11.	Основы фармакоэкономики (информационная лекция)	2
	ИТОГО	18

№	Темы практических занятий (форма проведения)	Трудоемкость в АЧ
1.	Основы маркетинга (работа в группе)	2
2.	Аптека как розничное звено (работа в группе)	4
3.	Фармацевтический маркетинг (работа в группе)	4
4.	Товарная политика в аптеке (работа в группе)	4
5.	Фармацевтическая логистика (работа в группе)	2
6.	Аттестация рубежная	2
7.	Аптечный мерчандайзинг (работа в группе)	4
8.	Введение в экономическую теорию (работа в группе)	2
9.	Изучения потребности на лекарственные препараты (работа в группе)	2
10.	Определения спроса на лекарственные препараты (работа в группе)	2
11.	Конкурентоспособность аптечных организаций (работа в группе)	4
12.	Основы фармакоэкономики (работа в группе)	2
13.	Аттестация семестровая	2
	ИТОГО	36

6 Фонд оценочных средств учебной дисциплины

Фонд оценочных средств представлен в Приложении А.

7 Условия освоения учебной дисциплины

7.1 Учебно-методическое обеспечение

Учебно-методического обеспечение учебной дисциплины представлено в Приложении Б.

7.2 Материально-техническое обеспечение

<i>№</i>	<i>Требование к материально-техническому обеспечению</i>	<i>Наличие материально-технического оборудования и программного обеспечения</i>
1.	Мультимедийное оборудование	Компьютер, проектор, экран, доска
2.	Программное обеспечение	Программа «POWER POINT», интернет

Приложение А
(обязательное)
Фонд оценочных средств
учебной дисциплины Маркетинг и основы экономики фармации

1. Структура фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств состоит из двух частей:

а) открытая часть – общая информация об оценочных средствах (название оценочных средств, проверяемые компетенции, баллы, количество вариантов заданий, методические рекомендации для применения оценочных средств и пр.), которая представлена в данном документе, а также те вопросы и задания, которые могут быть доступны для обучающегося;

б) закрытая часть – фонд вопросов и заданий, которая не может быть заранее доступна для обучающихся (экзаменационные билеты, вопросы к контрольной работе и пр.) и которая хранится на кафедре.

2. Перечень оценочных средств текущего контроля и форм промежуточной аттестации

№	Оценочные средства для текущего контроля	Разделы учебной дисциплины	Баллы	Проверяемые компетенции
1.	Контрольная работа	Фармацевтический маркетинг	25	УК-3 ОПК-3
2.	Задача	Фармацевтический маркетинг	10	
		Основы рыночной экономики	10×2	
3.	Тест	Фармацевтический маркетинг	10×2	
		Основы рыночной экономики	12	
		Основы рыночной экономики	30	
4.	Домашнее задание	Фармацевтический маркетинг	8	
5.	Реферат	Основы рыночной экономики	20	
	Доклад		5	
<i>Промежуточная аттестация</i>				
	Зачет		-	
	ИТОГО		150	

3. Рекомендации к использованию оценочных средств

1) Контрольная работа

Критерии оценки	Количество вариантов заданий	Количество вопросов
50% (оценка «удовлетворительно») – 13-17 баллов	2	Блок 1 – 12, Блок 2 – 4, Блок 3 – 9
70% (оценка «хорошо») – 18-22 баллов		
90% (оценка «отлично») – 23-25 баллов		

Пример заданий:

Блок 1. Выберите один правильный ответ (12 баллов).

1. Основной принцип маркетинга:

- а) продвижение товара от производителя к потребителю;
- б) получение прибыли;
- в) деятельность, направленная на удовлетворение потребностей потребителей;
- г) рациональная организация и планирование производства и сбыта;
- д) комплексное изучение спроса и предложения.

Блок 2. Дайте определение следующим понятиям (4 балла).

1. Лекарственный препарат - это...

Блок 3. Выполните расчетные задачи (9 баллов).

1. Определите ширину и насыщенность товарной номенклатуры аптеки.

Ассортиментная группа	Количество в аптеке	Количество в ОКП
Лекарственные средства	2500	4000

2) Задача

Критерии оценки	Количество вариантов заданий	Количество вопросов
50% (оценка «удовлетворительно») – 5-6 баллов	1	3
70% (оценка «хорошо») – 7-8 баллов		
90% (оценка «отлично») – 9-10 баллов		

Примеры заданий:

1. Для фармакотерапии заболевания используется две медикаментозные схемы (А и В) с различной эффективностью. Рассчитайте приращение эффективности при сравнении предложенных методов лечения.
2. Определите коэффициент ценовой эластичности. Сделайте вывод.
3. Дайте характеристику аптеки как учреждению здравоохранения; предприятию розничной торговли

3) Тест

Критерии оценки	Количество вариантов заданий	Количество вопросов
50% (оценка «удовлетворительно») – 15-20 баллов	1	30
70% (оценка «хорошо») – 21-26 баллов		
90% (оценка «отлично») – 27-30 баллов		
50% (оценка «удовлетворительно») – 6-8 баллов	1	12
70% (оценка «хорошо») – 9-10 баллов		
90% (оценка «отлично») – 11-12 баллов		
50% (оценка «удовлетворительно») – 5-6 баллов	1	10
70% (оценка «хорошо») – 7-8 баллов		
90% (оценка «отлично») – 9-10 баллов		

Примеры вопросов:

1. Товарный знак, логотип, фирменный блок, лозунг фирмы – все это образует:
 - а) фирменный стиль;
 - б) торговую марку;
 - в) мерчандайзинг.
2. Витрины, на которых выложены лекарства, действующие на один орган, но вызывающие разные эффекты – это..
3. Процесс деления потребителей данного рынка на отдельные группы, каждая из которых предъявляет свой специфический спрос на рынке - это сегментирование рынка.
 - а) верно;
 - б) неверно.

4) Домашнее задание

Критерии оценки	Количество вариантов заданий	Количество вопросов
50% (оценка «удовлетворительно») – 5-6 баллов	1	1
70% (оценка «хорошо») – 7-8 баллов		
90% (оценка «отлично») – 9-10 баллов		

Пример задания:

Сфотографируйте выкладку на витрине лекарственных препаратов любой из фармако-терапевтических групп любой аптеки Великого Новгорода. Фотографию приложите к ответу. Объясните, какими правилами провизор руководствовался при размещении препаратов. Правильно ли он оформил выкладку? Ваши предложения по корректировке.

5) Реферат

<i>Критерии оценки</i>	<i>Количество вариантов заданий</i>
90% (оценка «отлично») – 14-15 баллов	26
70% (оценка «хорошо») – 12-13 баллов	
50% (оценка «удовлетворительно») – 8-11 баллов	

Примерные темы:

1. Экономические взгляды в античном мире. Платон и Аристотель
2. Экономические взгляды в средние века (роль церкви)
3. Экономические взгляды Востока (Китай)
4. Меркантилизм
5. Школа физиократов
6. Экономическое учение У. Петти
7. Экономическое учение П. Буабильгера
8. Меркантилизм и протекционизм в России 17-18 веках
9. Экономическое учение А. Смита
10. Экономическое учение Д. Рикардо
11. Экономическое учение Дж. Милля
12. Учение Т. Мальгуса
13. Экономические взгляды Сисмонди
14. Учение Прудона
15. Утопический социализм
16. Экономическая мысль в России первой половины 19 века
17. Экономическое учение К. Маркса «Капитал» (структура и основные идеи)
18. Легальный марксизм
19. Экономические взгляды В.И.Ленина
20. Историческая школа в Германии (Ф. Лист)
21. Маржиналистская революция
22. Австрийская школа (теория предельной полезности)
23. Кембриджская школа
24. Неоклассическое направление (Дж.Б.Кларк)
25. Экономическое учение Дж.М. Кейнса
26. Неокейнсианство, неоксервантизм, неолиберализм

Оформление: 15-20 листов формата А4. Текст должен быть печатным на компьютере (поля сверху и снизу – 2 см, слева – 3 см, справа – 1,5 см, абзац -1,0, размер шрифта №14 Times New Roman, выравнивание по ширине). Текст только на одной странице листа. Все страницы реферата, кроме титульного листа, должны быть пронумерованы в правом нижнем углу. Список использованной литературы включает не менее 5 учебных изданий

Все материалы для проведения промежуточного контроля хранятся на кафедре.

Приложение Б
(обязательное)

Карта учебно-методического обеспечения
учебной дисциплины Маркетинг и основы экономики в фармации

1. Основная литература*

Библиографическое описание издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЗБС
Печатные источники		
1. Управление и экономика фармации. Фармацевтическая деятельность. Организация и регулирование : учеб. для вузов / И. В. Косова [и др.] : под ред. Е. Е. Лоскутовой. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Академия, 2011. - 383 с.	10	
2. Петрова О. С. Маркетинг и основы экономики в фармации : учеб.-метод. пособие / О. С. Петрова : Новгород. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого. - Великий Новгород, 2018. - 83 с.	15	
Электронные ресурсы		
Петрова О.С. Рабочая программа по дисциплине «Маркетинг и основы экономики в фармации» // О.С. Петрова, НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2020 - 11 с.		1

*См. требования п. 4.3.3 ФГОС 3++ (как правило, при использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд должен быть увеличен на печатные издания из расчета не менее 0,25 экземпляра на каждого из студентов, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), из одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль)).

2. Дополнительная литература

Библиографическое описание издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЗБС
Печатные источники		
1. Управление и экономика фармации: учеб. пособие / авт.-сост. О. С. Петрова, Т. В. Кудряшова ; Новгород. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого. - Великий Новгород, 2018. - 170 с.	10	https://novsu.bibliotech.ru/Reader/Book/-3620
Электронные ресурсы		
1. Фармацевтический маркетинг : учебное пособие для вузов / Н. И. Суслон, М. Е. Добрусина, А. А. Чурин, Е. А. Лосев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 319 с.		https://urait.ru/bcode/451212
2. Трофимова, Е. О. Маркетинг в фармации. методология исследований фармацевтического рынка : учебное пособие для вузов / Е. О. Трофимова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 121 с.		https://urait.ru/bcode/448496

Зав. кафедрой



Г.А. Антропова

И.О. Фамилия

« 20 » ноября

2020 г.

Приложение В
(обязательное)
Лист актуализации рабочей программы
учебной дисциплины Маркетинг и основы экономики в фармации

Рабочая программа актуализирована на 2021/2022 учебный год.
Протокол № ____ заседания кафедры от « ____ » _____ 20 ____ г.
Разработчик: _____
Зав. кафедрой _____

Рабочая программа актуализирована на 2022/2023 учебный год.
Протокол № ____ заседания кафедры от « ____ » _____ 20 ____ г.
Разработчик: _____
Зав. кафедрой _____

Рабочая программа актуализирована на 2023/2024 учебный год.
Протокол № ____ заседания кафедры от « ____ » _____ 20 ____ г.
Разработчик: _____
Зав. кафедрой _____

Рабочая программа актуализирована на 2024/2025 учебный год.
Протокол № ____ заседания кафедры от « ____ » _____ 20 ____ г.
Разработчик: _____
Зав. кафедрой _____

Рабочая программа актуализирована на 2025/2026 учебный год.
Протокол № ____ заседания кафедры от « ____ » _____ 20 ____ г.
Разработчик: _____
Зав. кафедрой _____

Перечень изменений, внесенных в рабочую программу:

Номер изменения	№ и дата протокола заседания кафедры	Содержание изменений	Зав.кафедрой	Подпись