



федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова
Министерства здравоохранения Российской Федерации
(Сеченовский Университет)

Утверждено
Ученый совет ФГАОУ ВО Первый МГМУ
им. И.М. Сеченова Минздрава России
(Сеченовский Университет)
«20» января 2021
протокол №1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Фармацевтический маркетинг
основная профессиональная Высшее образование - бакалавриат - программа бакалавриата
28.00.00 Нанотехнологии и материалы
28.03.03 Наноматериалы

Цель освоения дисциплины Фармацевтический маркетинг

Цель освоения дисциплины: участие в формировании следующих компетенций:

УК-1; Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ОПК-4; Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении задач профессиональной деятельности с учетом требований информационной безопасности

Требования к результатам освоения дисциплины.

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

п/№	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы достижения компетенций:			
			Знать	Уметь	Владеть	Оценочные средства
1	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	основные источники информации для проведения маркетинговых исследований медицинской организации и ее сестринской	выбирать вторичные источники информации при проведении маркетинговых исследований сестринской службы медицинской	навыками самостоятельной работы с информацией (учебной, справочной, нормативной, научной); навыками поиска, сбора, обработки и анализа	Итоговое тестирование



			<p>службы; основы маркетингового анализа сред медицинско й организации или ее структурног о подразделен ия</p>	<p>организации или ее структурног о подразделен ия; использовать в практическо й деятельности результаты маркетингов ых исследовани й медицински х услуг и товаров медицинског о назначения.</p>	<p>информации в ходе маркетингов ого анализа сред медицинско й организации</p>	
2	ОПК-4	<p>Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении задач профессиона льной деятельност и с учетом требований информационной безопасност и</p>	<p>основные источники информации для проведения маркетингов ых исследований медицинско й организации и ее сестринско й службы; основы маркетингов ого анализа сред медицинско й организации или ее структурног о подразделен ия; основы процесса получения</p>	<p>выбирать вторичные источники информации при проведении маркетингов ых исследований сестринско й службы медицинско й организации или ее структурног о подразделен ия; использовать в практическо й деятельности результаты маркетингов ых исследовани</p>	<p>навыками самостоятел ьной работы с информацие й (учебной, справочной, нормативной, научной);навыка ми поиска, сбора, обработки и анализа информации в ходе маркетингов ого анализа среды медицинско й организации</p>	Итоговое тестировани е



			первичной информации об уровне лояльности и осведомленности потребителей медицинской информации методом анкетирования	и медицинским услугам и товаров медицинского назначения.		
--	--	--	---	--	--	--

Разделы дисциплины и компетенции, которые формируются при их изучении

п/№	Код компетенции	Наименование раздела/темы дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах	Оценочные средства
1	УК-1, ОПК-4	1. Введение в дисциплину Фармацевтический маркетинг 1.1 Введение в основы фармацевтического маркетинга. Основные термины и понятия 1.2 Информационные ресурсы, информационно-коммуникационные технологии	основные термины и определения фармацевтического маркетинга. Особенности и функции фармацевтического маркетинга. Понятие маркетингового комплекса. виды информационных ресурсов, информационно-коммуникационные технологии, первичная и вторичная информация	
2	УК-1, ОПК-4	2. Методы маркетинговых исследований в фармации 2.1 Основные методы, применяемые в маркетинговом анализе.	маркетинговое управление, маркетинговые исследования, маркетинговый анализ, методы, используемые в маркетинговом анализе, определение объема выборки, измерение и шкалирование, опрос, анкетирование, наблюдение,	



		2.2 Виды маркетингового анализа	первичные данные (информация), вторичные данные (информация). метод шкалирования, метод ранжирования, метод экспертных оценок, выбор и обоснование выбора параметров маркетинговой макросреды фармацевтической и медицинской организации	
3	УК-1, ОПК-4	3. Маркетинговый анализ макросреды фармацевтической и медицинской организации 3.1 Маркетинговый анализ социальной составляющей макросреды фармацевтической и медицинской орг 3.2 Маркетинговый анализ технологической составляющей макросреды фармацевтической и медицинско 3.3 Маркетинговый анализ экономической составляющей макросреды фармацевтической и ме-дицинской	выбор и обоснование выбора параметров для анализа социальной составляющей макросреды фармацевтической и медицинской организации, ее структурных подразделений, применение метода ранжирования, оценка и обоснование оценки выбранных параметров, вычисление параметрическо-го индекса социальной составляющей макросреды выбор и обоснование выбора параметров для анализа технологической составляющей макросреды фармацевтической и медицинской организации, ее структурных подразделений, применение метода ранжирования, оценка и обоснование оценки выбранных параметров, вычисление параметрическо-го индекса технологической составляющей макросреды выбор и обоснование выбора параметров для анализа экономической составляющей макросреды фармацевтической и медицинской организации, ее структурных подразделений, применение метода ранжирования,	Итоговое тестирование



			оценка и обоснование оценки выбранных параметров, вычисление параметрическо-го индекса экономической составляющей макросреды	
--	--	--	--	--

Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость		Трудоемкость по семестрам (Ч)
	объем в зачетных единицах (ЗЕТ)	Объем в часах (Ч)	Семестр 8
Контактная работа, в том числе		60	60
Консультации, аттестационные испытания (КАтт) (Экзамен)		4	4
Лекции (Л)		16	16
Лабораторные практикумы (ЛП)			
Практические занятия (ПЗ)		40	40
Клинико-практические занятия (КПЗ)			
Семинары (С)			
Работа на симуляторах (РС)			
Самостоятельная работа студента (СРС)		30	30
ИТОГО	3	90	90

Разделы дисциплин и виды учебной работы

№	№ семестра	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной работы (Ч)									
			Л	ЛП	ПЗ	КПЗ	С	КАтт	РС	СРС	Всего	
	Семестр 8	Часы из АУП	16		40				4		30	90
1		Введение в дисциплину Фармацевтический маркетинг	4		9						10	23
2		Методы маркетинговых исследований в фармации	6		12						8	26
3		Маркетинговый анализ макросреды фармацевтической и медицинской организации	5		15						9	29
		ИТОГ:	15		36				4		27	78



Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Перечень основной литературы

№	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Васнецова О.А. Медицинское и фармацевтическое товароведение. Учебник. М.: ФГАОУ ВО Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М.Сеченова МЗ РФ (Сеченовский Университет), Авторская Академия, 2016. Электронная версия + Приложение на CD
2	Маркетинговые исследования здравоохранении [Текст]: учеб.- метод. пособие для студентов фак. ВСО дневного, вечернего и заочного отд-ний / [сост. В. Аль - Хатиб [и др.]; под ред. О. А. Васнецовой. - М. : Авторская академия : Товарищество научных изданий КМК, 2008. - 210, [1] с.: схем., табл. ; 22 см + 1 эл. опт. диск (CD-ROM) :визуал.

Перечень дополнительной литературы

№	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Бабаскин Д.В., Васнецова О.А., Бабаскина Л.И. Маркетинговые исследования физиотерапевтических услуг санаторно-курортного учреждения..М.: Цетадаль-тренд». 2009. – 118 с.
2	Анализ конкурентоспособности специализированных аппаратно-технических средств для производства различных видов судебных экспертиз и медицинских исследований. Пособие для врачей. Мин-здравсоцразвития РФ. 2005 г. -25 с.
3	ГОСТы и ТУ на лекарственное растительное сырье и медицинские инструменты, перевязочные материалы и предметы ухода за больными

Перечень электронных образовательных ресурсов

№	Наименование ЭОР	Ссылка
1	Итоговое тестирование	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
2	Фармацевтический маркетинг. Дополнительная литература	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
3	Фармацевтический маркетинг. Дополнительная информация.	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
4	Фармацевтический маркетинг. Курс лекций	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»



Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	№ учебных аудиторий и объектов для проведения занятий	Адрес учебных аудиторий и объектов для проведения занятий	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта с перечнем основного оборудования
1	4-402	119571, г. Москва, пр-кт Вернадского, д. 96, к. 1	Учебный класс для проведения практических занятий при изучении дисциплины Оборудование: Мультимедийный комплекс (в составе: ноутбук, портативный ЖК-проектор) – 1 шт. Стул аудиторный – 17 шт. Стол ученический 6-ая группа роста – 33 шт. Доска стеклянная - 1 шт. Шкаф для документов - 10 шт.
2	4-403	119571, г. Москва, пр-кт Вернадского, д. 96, к. 1	Учебный класс для проведения практических занятий при изучении дисциплины Оборудование: Мультимедийный комплекс (в составе: ноутбук, портативный ЖК-проектор) – 1 шт. Стул аудиторный – 18 шт. Стол ученический 6-ая группа роста – 35 шт. Доска стеклянная - 1 шт. Шкаф для документов - 10 шт.
3	4-404	119571, г. Москва, пр-кт Вернадского, д. 96, к. 1	Учебный класс для проведения практических занятий при изучении дисциплины Оборудование: Мультимедийный комплекс (в составе: ноутбук, портативный ЖК-проектор) – 1 шт. Стул аудиторный – 18 шт. Стол ученический 6-ая группа роста – 38 шт. Доска стеклянная - 1 шт. Шкаф для документов - 10 шт.

Рабочая программа дисциплины разработана кафедрой Фармазии ИФ



**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат: 0610 38F0 00CC AD13 B045 F90E 5F2F 9D6C F5
Кому выдан: Глыбочко Петр Витальевич
Действителен: с 25.10.2021 по 25.01.2023