



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)
«12» мая 2025
протокол №4

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Фармацевтический маркетинг

основная профессиональная Высшее образование - специалитет - программа специалитета

33.00.00 Фармация

33.05.01 Фармация

Цель освоения дисциплины Фармацевтический маркетинг

Цель освоения дисциплины: участие в формировании следующих компетенций:

УК-1; Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

ПК-3; Способен решать задачи профессиональной деятельности при осуществлении отпуска и реализации лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации, в том числе при оказании помощи населению при чрезвычайных ситуациях на этапах медицинской эвакуации

ОПК-3; Способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств

ПК-7; Способен принимать участие в планировании и обеспечении работы фармацевтической организации, в том числе при оказании помощи населению при чрезвычайных ситуациях на этапах медицинской эвакуации

ПК-8; Способен к анализу и публичному представлению научных данных и участию в проведении научных исследований и научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ

Требования к результатам освоения дисциплины.

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

п/№	Код компетенции и	Содержание компетенции и (или ее части)	Индикаторы достижения компетенций:			
			Знать	Уметь	Владеть	Оценочные средства



1	УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	принципы сбора, отбора и обобщения информации; методики разработки стратегии действий для выявления и решения проблемной ситуации; методы критического анализа и оценки современных научных достижений, основные принципы критического анализа;	применять методы системного подхода и критического анализа проблемных ситуаций, разрабатывать стратегию действий, принимать конкретные решения для ее реализации получать новые знания на основе анализа, синтеза и др.; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе действий, эксперимента и опыта.	методологии системного и критического анализа проблемных ситуаций; методиками постановки цели, определения способов ее достижения; навыками исследования проблем профессиональной деятельности и с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; разработки стратегии действий для решения профессиональных проблем.	Фармацевтический маркетинг. Тест
2	ПК-3	Способен решать задачи профессиональной деятельности при осуществле	Порядок закупки и приема товаров от поставщиков, учета и инвентаризации,	Интерпретировать положения нормативных актов, регулирующих	Техникой создания необходимого санитарного режима аптеки и фармацевти	Фармацевтический маркетинг. Тест



		нии отпуска и реализации лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации, в том числе при оказании помощи населению при чрезвычайных ситуациях на этапах медицинской эвакуации	установленной в организации, включая оформление соответствующей документации; фармацевтический маркетинг; Санитарно-эпидемиологические требования к организации и оптовой и розничной торговли лекарственных средствами и товарами аптечного ассортимента; порядок действий при чрезвычайных ситуациях; Мерчандайзинг в аптечных организациях; Основы делового общения и культуры, профессиональной психологии и этики, фармацевтической деонтологии; Правила ценообразования и	обращение лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента; Информировать врачей, провизоров и население об основных характеристиках лекарственных средств, правилах хранения; Оформлять документацию установленного образца по изготовлению, хранению, оформлению и отпуску лекарственных средств из аптеки; Применять на практике методы и приемы маркетингового анализа в системе лекарственного обеспечения населения и медицинских организаций; Определять	ческих предприятий; Нормативно-правовой документацией, регламентирующей порядок работы аптеки по приему рецептов и требований медицинских организаций; Методами проведения внутриаптечного контроля качества лекарств; Нормативной, справочной и научной литературой для решения профессиональных задач; Техникой организации и работы в основных звеньях товаропродающей системы фармацевтического рынка; Осуществлять фармацевтическую	
--	--	--	---	---	--	--



			цены на лекарственные средства и товары аптечного ассортимента; Современные методы и подходы к обеспечению качества фармацевтической помощи; Информационно-коммуникационные технологии и компьютеризированные системы, использующиеся при отпуске лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента, современные методы поиска и оценки фармацевтической информации; Требования к ведению предметно-количественного учета лекарственных препаратов; Требования	спрос и потребность в различных группах фармацевтических товаров; Осуществлять приемку фармацевтических товаров по количеству и качеству, с проведением товароведческого анализа по оценке их потребительских свойств и безопасности; Формировать оптимальную структуру ассортимента; Проводить информационную, воспитательную и санитарно-просветительную работу; Осуществлять фармацевтическую экспертизу рецептов и требований лечебно-профилактических	экспертизу рецептов и требований-накладных, отпускать лекарственные средства амбулаторным и стационарным больным; Проводить сегментирование фармацевтического рынка и осуществлять выбор целевых сегментов; Способами определения информационных потребностей лекарственных средств, оказывать информационно-консультационные услуги; Использовать современные ресурсы информационного обеспечения фармацевтического бизнеса; Способами формирования цен на	
--	--	--	---	---	--	--



			к качеству лекарственных средств к маркировке лекарственных средств и к документам, подтверждающим качество лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента; Современный ассортимент лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента по различным фармакологическим группам, их характеристики, медицинские показания и способы применения, противопоказания, побочные действия, синонимы и аналоги; Положения нормативных правовых актов,	учреждений; Реализовывать лекарственные средства, фармацевтические товары и изделия медицинской техники, выполнять их предпродажную подготовку, с учетом особенностей потребительских свойств; Осуществлять учет рецептуры в соответствии с документацией; Проводить предметно-количественный учет лекарственных средств в аптеке; Вести учет льготного и бесплатного обеспечения населения лекарственными средствами; Документально оформлять проведение лабораторных,	лекарственные средства и другие фармацевтические товары; Вести административное делопроизводство; Соблюдать принципы этики и деонтологии в общении с медицинскими и фармацевтическими работниками, потребителями; Навыком принимать решения о замене выписанного лекарственного препарата на синонимичные или аналогичные препараты в установленном порядке; консультации по способу применения, противопоказаниям, побочным действиям,	
--	--	--	---	--	--	--



			регулирующих обращение лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента, включая выписывание рецептов/требований, отпуск лекарственных средств препаратов, медицинских изделий и их хранение; основы организации и фармацевтической помощи (амбулаторной, поликлинической и стационарной) различным группам населения, в том числе при оказании помощи населению при чрезвычайных ситуациях на этапах медицинской эвакуации	фармацевтических и лабораторных фармацевтических работ; Осуществлять выбор поставщика, заключать договоры поставки с учетом способов франкировки и оформлять документацию по претензионно-исковой работе; Оформлять заказы на поставку товаров аптечного ассортимента; Формировать цены на товары фармацевтического ассортимента на всех этапах товаропродвижения, в том числе при внутриаптечном изготовлении; Рационально размещать в торговых залах и использовать методы	взаимодействия с пищей и другими группами лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента; Навыком оказывать консультации и по группам лекарственных препаратов и синонимам в рамках одного международного непатентованного наименования и ценам на них	
--	--	--	---	--	--	--



				стимулирования сбыта товаров аптечного ассортимента.		
3	ОПК-3	Способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств	Систему нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов; нормы и правила при решении задач профессиональной деятельности и в сфере обращения лекарственных средств.	Отбирать нормативно-правовые акты регулирующие обращение лекарственных средств и учитывать их при принятии управленческих решений с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов; выполнять трудовые действия с учетом их влияния на окружающую среду, не допуская возникновения экологической опасности.	Навыками применения нормативных правовых актов при регулировании сферы обращения лекарственных средств с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов, а также норм и правил, установленных уполномоченными органами государственной власти, при решении задач профессиональной деятельности и в сфере обращения лекарственных средств; навыками определения и интерпретации основных экологических	Фармацевтический маркетинг. Тест



					их показателей состояния производственной среды при производстве лекарственных средств.	
4	ПК-7	Способен принимать участие в планировании и обеспечении работы фармацевтической организации, в том числе при оказании помощи населению при чрезвычайных ситуациях на этапах медицинской эвакуации	Требования охраны труда, пожарной безопасности, порядок действий при чрезвычайных ситуациях; Основы фармацевтического менеджмента, делового общения и культуры, профессиональной психологии и этики, фармацевтической деонтологии; Современные методы и подходы к обеспечению качества фармацевтической помощи; Требования к ведению отчетной документации в фармацевти	Составлять организационно-распорядительную документацию в соответствии с ГОСТом; Проводить аттестацию рабочих мест, инструктаж по охране труда и технике безопасности и фармацевтических работников и вспомогательного персонала, мероприятия по предотвращению экологических нарушений; Соблюдать правила охраны труда и техники безопасности;	Методами управления персоналом фармацевтического предприятия, обеспечивать соблюдение правил охраны труда и техники безопасности и трудового законодательства; Разрабатывать учетную политику, осуществлять учет товарно-материальных ценностей: денежных средств и расчетов, составлять отчетность для внутренних и внешних пользователей учетной информации;	Фармацевтический маркетинг. Тест



			ческих организаци ях, профессион альное делопроизв одство; Методы финансовог о анализа основных показателей деятельност и фармацевти ческих предприяти й; Основные принципы учета товарно- материальн ых ценностей, денежных средств и расчетов; Правила начисления, удержания и отчислений от заработной платы; Основные формы безналичны х расчетов за товары и услуги; Системы налогообло жения фармацевти ческих предприяти й; Основы законодате льства Российской	Осуществля ть выбор методов учета и составлять документы по учетной политике; Проводить учет движения денежных средств в кассе аптеки и на расчетном счете; Проводить инвентариз ацию товарно- материальн ых ценностей, денежных средств и расчетов; Проводить хронологич еский и систематиче ский учет хозяйственн ых операций; Проводить анализ финансово- хозяйственн ого состояния аптеки и предлагать мероприяти я по повышению эффективно сти работы предприяти я; Осуществля	Методами финансово- экономичес кого анализа, анализа основных показателей деятельност и аптек; Разрабатыва ть бизнес- план; проводить анализ состояния имущества; Вести администра тивное делопроизв одство и обязательст в аптеки; оценивать степень риска предприним ательской деятельност и	
--	--	--	---	--	---	--



			Федерации по охране здоровья граждан и обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия в стране; Порядок лицензирования фармацевтических организаций	ть информационное обеспечение фармацевтического бизнеса; Управлять персоналом аптечного предприятия, осуществлять эффективную кадровую политику с использованием мотивационных установок; Управлять социально-психологическими процессами, предупреждать конфликтные ситуации; Прогнозировать экономические показатели деятельности и аптеки; Анализировать товарные запасы и определять источники их финансирования; Осуществлять		
--	--	--	---	--	--	--



				мероприяти я по получению лицензии фармацевти ческой организацие й		
5	ПК-8	Способен к анализу и публичному представлению научных данных и участию в проведении научных исследований и научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ	Законодательные и нормативно-правовые акты, регламентирующие медицинскую и фармацевтическую деятельность; Основные фармакокинетиические параметры для оценки эффективности и безопасности ЛС; Методы анализа и системного синтеза при мониторинге и оценке эффективности и безопасности ЛС; Требования нормативных правовых актов и стандартов в области производства лекарственных средств; Положения,	Осуществлять расчет основных фармакокинетиических параметров для подбора ударной и поддерживающей дозы; Выделять и систематизировать существенные свойства и связи предметов, отделять их от частных свойств; Анализировать и систематизировать любую поступающую информацию; Осуществлять поиск, отбор и анализ информации, полученной из различных источников, с целью совершенствования	Навыками терапевтического лекарственного фармакокинетиического мониторинга для выбора индивидуальной дозы и схемы применения определенной лекарственной формы препарата; Собирать, обрабатывать информацию по профессиональным проблемам; Проведение наблюдений и измерений, составление их описаний и формулировкой выводов; Проведение исследований,	Фармацевтический маркетинг. Тест



			инструкции документы по разработке и оформлени ю техническо й и контрольно й документац ии; Формы и методы работы с применение м автоматизир ованных средств управления и информаци онных систем; Методы планирован ия исследован ий, испытаний и эксперимен тальных работ, применяем ых при фармацевти ческой разработке (в отношении разрабатыва емых лекарственн ых средств); Принципы и способы получения лекарственн ых форм,	технологич еских процессов и оптимизаци и технологич еских циклов; Разрабатыва ть и анализиров ать технологич ескую и отчетную документац ии по фармацевти ческой разработке; Использова ть средства измерения, технологич еское и испытатель ное оборудован ие, применяем ые при фармацевти ческой разработке (в отношении разрабатыва емых лекарственн ых средств); Проводить подбор вспомогател ьных веществ при разработке лекарственн ых форм с учетом влияния биофармаце	испытаний и эксперимен тальных работ по фармацевти ческой разработке в соответстви и с утвержденн ыми планами; навыками профессион ально и этически обоснованн ого общения	
--	--	--	--	--	--	--



			способы доставки, средства доставки; Теоретические основы биофармации, фармацевтические факторы, оказывающие влияние на терапевтический эффект; Устройство и принципы работы современного лабораторного и производственного оборудования; Фармакопейные методы анализа, используемые для испытаний лекарственных средств; Основные тенденции развития фармацевтической технологии, новые направления в создании современных лекарственных форм и терапевтических	факторов. Выявлять, предотвращать (по возможности) фармацевтическую несовместимость; Выбирать оптимальный вариант технологии с оценкой качества на каждой стадии изготовления лекарственной формы; Выбирать упаковочный материал в зависимости от вида лекарственной формы, пути введения и физико-химических свойств лекарственных и вспомогательных веществ; Определять влияние фармацевтических факторов, условий хранения, вида тары и упаковки на качество и		
--	--	--	---	--	--	--



			систем.	терапевтическую активность лекарственного средства, его стабильность при хранении; Проводить стандартизацию различных лекарственных форм в соответствии и с действующими нормативными актами и документацией. Оценивать качество лекарственных препаратов по технологическим показателям : на стадиях изготовления, готового продукта и при отпуске. Разрабатывать планы управления рисками качества разрабатываемых лекарственных средств		
--	--	--	---------	--	--	--

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, ПК-3, ОПК-3, ПК-7	1. Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг» 1.1 Введение в маркетинг. Теоретические основы фармацевтического маркетинга. 1.2 Структура фармацевтического рынка 1.3 Базовые категории маркетинга: нужда, потребность, спрос. Эластичность спроса 1.4 Фармацевтический маркетинг: цели, формы, принципы, функции	1.1 Введение. Основные термины и понятия. Теоретические основы 1.2 Фармацевтический рынок РФ. Особенности. Структура 1.3 Категории фармацевтического маркетинга. Нужда. Потребность. Спрос. Эластичность спроса 1.4 Цели фармацевтического маркетинга. Классификация. Формы фармацевтического маркетинга. Классификация. Принципы и функции фармацевтического маркетинга	Фармацевтический маркетинг. Тест
2	УК-1, ПК-3, ОПК-3, ПК-7	2. Понятие товара в фармацевтическом маркетинге 2.1 Практика исследования и разработки лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента 2.2	2.1 Понятие товара в фармацевтическом маркетинге. Исследование и разработка ЛП 2.2 Потребители	



		Фармацевтическая среда. Типы потребителей фармацевтических товаров 2.3 Потребительский выбор на рынке ОТС и рецептурных препаратов	фармацевтических товаров. Классификация. Особенности 2.3 Потребительский выбор. Продвижение рецептурных препаратов. Рынок безрецептурных препаратов в РФ	
3	УК-1, ОПК-3, ПК-3, ПК-7	3. Цена 3.1 Принципы ценообразования на фармацевтическом рынке 3.2 Важнейшие факторы, влияющие на принятия решения о ценообразовании	3.1 Основы ценообразования на фармацевтическом рынке. Перечень ЖНВЛП 3.2 Факторы, влияющие на ценообразование. Классификация	
4	УК-1, ОПК-3, ПК-3, ПК-7	4. Маркетинговые условия повышения качества фармацевтической помощи 4.1 Современные методы и подходы к обеспечению качества фармацевтической помощи	4.1 Качество фармацевтической помощи. Значение фармацевтического консультирования в фармацевтическом маркетинге	
5	УК-1, ПК-3, ОПК-3, ПК-7, ПК-8	5. Современные информационно-коммуникационные технологии, прикладные программы обеспечения 5.1 Прикладные офисные программы.	5.1 Программы, используемые для продвижения ЛП. Виды.	Фармацевтический



		Воспитательная работа	Этапы развития	маркетинг. Тест
--	--	-----------------------	----------------	-----------------

Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость		Трудоемкость по семестрам (Ч)
	объем в зачетных единицах (ЗЕТ)	Объем в часах (Ч)	Семестр 7
Контактная работа, в том числе		60	60
Консультации, аттестационные испытания (КАТГ) (Экзамен)		4	4
Лекции (Л)		12	12
Лабораторные практикумы (ЛП)			
Практические занятия (ПЗ)		44	44
Клинико-практические занятия (КПЗ)			
Семинары (С)			
Работа на симуляторах (РС)			
Самостоятельная работа студента (СРС)		30	30
ИТОГО	3	90	90

Содержание дисциплины (модуля) по видам занятий

Лекционные занятия

№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Тема лекции	Применение ЭО и ДОТ	Объем, час.
1	Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»	Введение в маркетинг. Теоретические основы фармацевтического маркетинга.	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»	2
1	Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»	Структура фармацевтического рынка		2
1	Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»	Базовые категории маркетинга: нужда, потребность, спрос. Эластичность спроса		2



1	Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»	Фармацевтический маркетинг: цели, формы, принципы, функции		2
2	Понятие товара в фармацевтическом маркетинге	Практика исследования и разработки лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента		2
3	Цена	Принципы ценообразования на фармацевтическом рынке		2

Практические занятия

№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Тема	Применение ЭО и ДОТ	Объем, час.
1	Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»	Введение в маркетинг. Теоретические основы фармацевтического маркетинга.	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»	4
1	Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»	Структура фармацевтического рынка		4
1	Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»	Базовые категории маркетинга: нужда, потребность, спрос. Эластичность спроса		4
1	Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»	Фармацевтический маркетинг: цели, формы, принципы, функции		4
2	Маркетинговые условия повышения качества фармацевтической помощи	Современные методы и подходы к обеспечению качества фармацевтической помощи		4
3	Понятие товара в фармацевтическом маркетинге	Практика исследования и разработки лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента		4
3	Понятие товара в фармацевтическом маркетинге	Фармацевтическая среда. Типы потребителей фармацевтических товаров		4
3	Понятие товара в фармацевтическом маркетинге	Потребительский выбор на рынке ОТС и рецептурных препаратов		4
4	Современные	Прикладные офисные программы.	Размещено в	4



	информа-цион-коммуникационные технологии, прикладные программы обеспечения	Воспитательная работа	Информационной системе «Университет-Обучающийся»	
5	Цена	Принципы ценообразования на фармацевтическом рынке		4
5	Цена	Важнейшие факторы, влияющие на принятия решения о ценообразовании		4

Самостоятельная работа студента

№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Тема занятия	Вид СРС	Объем, час.
1	Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»	Введение в маркетинг. Теоретические основы фармацевтического маркетинга.	Изучение нормативно-правовой документации	2
1	Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»	Структура фармацевтического рынка	Выполнение письменного задания	3
1	Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»	Базовые категории маркетинга: нужда, потребность, спрос. Эластичность спроса	Выполнение письменного задания	3
1	Введение в дисциплину «Фармацевтический маркетинг»	Фармацевтический маркетинг: цели, формы, принципы, функции	Подготовка презентации	2
2	Маркетинговые условия повышения качества фармацевтической помощи	Современные методы и подходы к обеспечению качества фармацевтической помощи	Выполнение письменного задания	2
3	Понятие товара в фармацевтическом маркетинге	Практика исследования и разработки лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента	Выполнение письменного задания	3
3	Понятие товара в фармацевтическом маркетинге	Фармацевтическая среда. Типы потребителей фармацевтических товаров	Выполнение письменного задания	2
3	Понятие товара в фармацевтическом маркетинге	Потребительский выбор на рынке ОТС и рецептурных препаратов	Подготовка презентации	3



4	Современные информационно-коммуникационные технологии, прикладные программы обеспечения	Прикладные программы. Воспитательная работа	Изучение нормативно-правовой документации	4
5	Цена	Принципы ценообразования на фармацевтическом рынке	Изучение нормативно-правовой документации	3
5	Цена	Важнейшие факторы, влияющие на принятия решения о ценообразовании	Выполнение письменного задания	3

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Перечень основной литературы

№	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Медицинское и фармацевтическое товароведение. Изд.3-е перераб. и доп. Васнецова О.А. 2016, М.: Авторская Академия
2	Фармацевтический маркетинг Юданов А.Ю., А.А., Денисова М.Н. 2007, М.: Изд-во ИИА «Ремедиум»
3	Основы маркетинга Краткий курс . Котлер Филип 2015, М.
4	Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учеб. пособие . Кожушко О.А., Чуркин И., Агеев А. и др. 2015. – 327 с Новосибирск: РИЦ НГУ
5	Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. Котлер Филип, Келлер К.Л. 2016, С-Петербург
6	Маркетинговые исследования. Теория и практика. Учебник для ВУЗов, ВШЭ. Галицкий Е.Б. 2017, Юрайт
7	Основы маркетинга / Изд. 5-е европейское. Котлер Ф. и др. 2017, М.: Вильямс
8	Фармацевтический Маркетинг. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. Н.И.Суслов, М.Е. Добрусина, А.А.Чурин, Е.А.Лосев М.: Юрайт, 2017.-319- Серия Университеты России

Перечень дополнительной литературы

№	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Маркетинговые исследования в здравоохранении / Учебно-методическое пособие. Под. ред. проф. О.А. Васнецовой 2008, М.: Товарищество научных изданий.



	КМК
2	В лабиринтах фармацевтического менеджмента. Глембоцкая Г.Т. 2007, М.: Литтерра
3	Реклама и связи с общественностью. Учебник для бакалавров Гриф МО. Синяева И.М. 2016, Юрайт
4	Маркетинг организации. Учебник для вузов. Гриф УМО МО, Егоршин А.П. 2016, С-Петербург
5	Оценка конкурентоспособности в практической фармации: метод. пособие. Дрёмова Н.Б., Бушина Н.С. 2014, Курск: КГМУ
6	Управление продажами товаров аптечного ассортимента. Методическое пособие. Максимкина Е.А. Глазкова Т.Ю. Ярошенко Н.П. и др. М.: Медицина для всех, 2007. -232с.

Перечень электронных образовательных ресурсов

№	Наименование ЭОР	Ссылка
1	Фармацевтический маркетинг: ёмкость рынка. Лекция	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
2	Маркетинговые исследования. Лекция 2	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
3	План воспитательной работы. Кафедра фармации	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
4	Порядок и график отработки практических занятий	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
5	Фармацевтический маркетинг. Дополнительная литература	Размещено в Информационной системе



		«Университет-Обучающийся»
6	ФОС. Фармацевтический маркетинг	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
7	Фармацевтический маркетинг. Дополнительная информация.	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
8	Фармацевтический маркетинг. Тест	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
9	Фармацевтический маркетинг: этапы развития. Лекция	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
10	Фармацевтический маркетинг. Курс лекций	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
11	Тетрадь для самоподготовки. Фармацевтический маркетинг	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
12	Фармацевтический маркетинг. Открытые вопросы	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»

Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	№	Адрес учебных	Наименование оборудованных
-------	---	---------------	----------------------------



	учебных аудиторий и объектов для проведения занятий	аудиторий и объектов для проведения занятий	учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта с перечнем основного оборудования
1	35	241017, Брянская область, г.о. г. Брянск, г. Брянск, ул. Вокзальная, д.132, (мастерские)	Помещение для самостоятельной работы на 15 посадочных мест Оборудование: Доска настенная маркерная - 1 шт. Стол ученический - 8 шт. Стул - 16 шт. Рабочее место преподавателя - 1 шт. Шкаф - 1 шт. Ноутбук, имеющий доступ в интернет - 1 шт. Кондиционер - 1 шт.
2	5	241017, Брянская область, г.о. г. Брянск, г. Брянск, ул. Вокзальная, д.132 (учебный корпус)	Учебная аудитория на 15 посадочных мест Оборудование: Доска настенная маркерная - 1 шт. Стол ученический - 8 шт. Рабочее место преподавателя - 1 шт. Шкаф - 1 шт. Ноутбук, имеющий доступ в интернет - 1 шт. Кондиционер - 1 шт
3	25	241017, Брянская область, г.о. г. Брянск, г. Брянск, ул. Вокзальная, д.132 (учебный корпус)	Лекционная аудитория на 15 посадочных мест Оборудование: Доска настенная маркерная - 1 шт. Стол ученический - 8 шт. Стул - 16 шт. Рабочее место преподавателя - 1 шт. Шкаф - 1 шт. Ноутбук, имеющий доступ в интернет - 1 шт. Кондиционер - 1 шт

Рабочая программа дисциплины разработана кафедрой Фармации ИФ

Принята на заседании кафедры Фармации ИФ

от «14» апреля 2025 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой

Фармации ИФ

(подпись)

Литвинова Т.М.

(фамилия, инициалы)



Одобрена Центральным методическим советом
от «22» апреля 2025 г., протокол № 3

Председатель ЦМС

(подпись)

Литвинова Т.М.

(фамилия, инициалы)