

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 05.06.2023 16:49:28
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса
Лумумбы»**

Медицинский институт

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

33.05.01 Фармация

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

ФАРМАЦИЯ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2023 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Фармацевтический маркетинг» является формирование компетенций в области профессиональной деятельности при осуществлении отпуска и реализации лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации на основе использования технологий маркетинга.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Фармацевтический маркетинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижений компетенций
ОПК-3	Способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств	ИДопк-3-2 - Учитывает при принятии управленческих решений экономические и социальные факторы, оказывающие влияние на финансово-хозяйственную деятельность фармацевтических организаций
ПКО-2	Способен решать задачи профессиональной деятельности при осуществлении отпуска и реализации лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации	ИДпко-2-5 - Осуществляет предпродажную подготовку, организует и проводит выкладку лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента в торговом зале и (или) витринах отделов аптечной организации

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Фармацевтический маркетинг» относится к обязательной части блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Фармацевтический маркетинг».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
Общепрофессиональные компетенции			

ОПК-3	Способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств	Медицинское и фармацевтическое товароведение Управление и экономика фармации	Практика по управлению и экономике фармацевтических организаций
Профессиональные компетенции			
ПКО-2	Способен решать задачи профессиональной деятельности при осуществлении отпуска и реализации лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации	Управление и экономика фармации	Практика по управлению и экономике фармацевтических организаций

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Фармацевтический маркетинг» составляет 3 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		IX
Аудиторные занятия (всего)	108	108
В том числе:	-	-
<i>Лекции (ЛК)</i>	16	16
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	-	-
<i>Семинары (СЗ)</i>	-	-
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	48	48
Самостоятельная работа (всего)	44	26+18
Общая трудоемкость	час	108
	зач. ед.	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Вид учебной работы
Теоретические основы фармацевтического маркетинга	Введение в маркетинг. Фармацевтический маркетинг: цели, функции. Категории маркетинга. Среда фармацевтического маркетинга (STEP и SWOT анализ); Концепции маркетинга. Комплекс маркетинга: 4P. Жизненный цикл товара. Маркетинговые стратегии на фармацевтическом рынке (сегментирование и позиционирование). Фармацевтический маркетинг в цифровой	ЛК, ЛР

	экономике. Концепция 4С.	
Товар. Ассортиментная политика фармацевтической организации	Регистрация лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента. Государственная система качества эффективности и безопасности лекарственных средств. Структура фармацевтического рынка. Потребительское поведение на фармацевтическом рынке. Типы потребителей; Формирование лояльности потребителей. Потребность, спрос и потребление. Маркетинговые показатели ассортимента. Ассортиментная политика аптечной организации. Методы изучения ассортимента. Формирование рационального ассортиментного портфеля; Доступность лекарственных препаратов. Виды доступности. Методы оценки и повышения.	ЛК, ЛР
Место. Сбытовая политика фармацевтической организации	Понятие товародвижения на фармацевтическом рынке. Разработка сбытовой политики аптечной организации. Системы В2В. В2С и др. Е-маркетинг. Мерчандайзинг как средство реализации сбытовой политики аптеки. Анализ конкурентоспособности аптечных организаций.	ЛК, ЛР
Цена. Политика ценообразования фармацевтической организации	Виды цен и факторы, влияющие на формирование цены лекарственных препаратов. Разработка политики ценообразования аптечной организации. Государственное регулирование цен на фармацевтическом рынке.	ЛК, ЛР
Продвижение. Политика продвижения фармацевтической организации	Виды маркетинговых коммуникаций. Формирование политики продвижения на фармацевтическом рынке. Правила эффективной презентации продукта. Этика фармацевтического маркетинга.	ЛК, ЛР
Организация работы маркетинговых подразделений	Задачи маркетинговых подразделений фармацевтических компаний. Разработка и реализация плана маркетинга. Оценка эффективности деятельности маркетинговых подразделений и мероприятий.	ЛК, ЛР

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Учебная аудитория (452)	Аудитория для проведения лабораторных, практических занятий и занятий семинарского типа, индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации,	Продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений) (Подписка Enrollment for Education Solutions (EES) №

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	56278518 от 23/04/2019) Гарант (Договор №13А/46/2018 от 02/04/2018) Консультант плюс (Договор об информационной поддержке от 01/09/2013) Рег. номер цо-03-207-7474 от 09.13 г
Учебная аудитория (453)	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений) (Подписка Enrollment for Education Solutions (EES) № 56278518 от 23/04/2019) Гарант (Договор №13А/46/2018 от 02/04/2018) Консультант плюс (Договор об информационной поддержке от 01/09/2013) Рег. номер цо-03-207-7474 от 09.13 г.
Учебная аудитория для тренировки практических навыков – Центр симуляционного обучения «Учебная аптека», ауд. 173.	Комплект специализированной мебели. Технические средства: компьютер. Наглядные пособия, компьютерные презентации по текущим темам; принтер этикеток и штрихов АТОЛ ВР21 RS-232 и USB; принтер чеков DX58; дисплей покупателя ШТРИХ-Т D2-USB; ИБП CyberPower BS850E /UPS 850VA/490W (3+3 EURO)	Продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений) (Подписка Enrollment for Education Solutions (EES) № 56278518 от 23/04/2019) Гарант (Договор №13А/46/2018 от 02/04/2018) Консультант плюс (Договор об информационной поддержке от 01/09/2013) Рег. номер цо-03-207-7474 от 09.13 г
учебная аудитория для тренировки практических навыков – Центр симуляционного обучения «Учебная аптека», ауд. 175.	Комплект специализированной мебели. Технические средства: компьютер. Наглядные пособия, компьютерные презентации по текущим темам; ИБП CyberPower BS850E /UPS 850VA/490W (3+3 EURO)	Продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений) (Подписка Enrollment for Education Solutions (EES) № 56278518 от 23/04/2019) Гарант (Договор №13А/46/2018 от 02/04/2018) Консультант плюс (Договор об информационной поддержке от 01/09/2013) Рег. номер цо-03-207-7474 от 09.13 г
учебная аудитория для тренировки практических навыков – Центр симуляционного обучения	Комплект специализированной мебели. Технические средства: компьютер. Наглядные пособия, компьютерные презентации по текущим темам; ИБП CyberPower BS850E /UPS 850VA/490W (3+3 EURO)	Продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений) (Подписка Enrollment for Education Solutions (EES) № 56278518 от 23/04/2019) Гарант (Договор

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
«Учебная аптека», ауд. 176.		№13А/46/2018 от 02/04/2018) Консультант плюс (Договор об информационной поддержке от 01/09/2013) Рег. номер цо-03-207-7474 от 09.13 г
Для самостоятельной работы обучающихся (ауд. 452,453).	Аудитории для самостоятельной работы обучающихся оснащены комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений) (Подписка Enrollment for Education Solutions (EES) № 56278518 от 23/04/2019) Гарант (Договор №13А/46/2018 от 02/04/2018) Консультант плюс (Договор об информационной поддержке от 01/09/2013) Рег. номер цо-03-207-7474 от 09.13 г

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Косова И.В., Лоскутова Е.Е., Лагуткина Т.П., Дорофеева В.В. Управление и экономика фармации. Фармацевтическая деятельность: организация и регулирование. Учебник для студ. высш. учеб. заведений. в 2 ч. Издание 4-е, переработанное и дополненное/ И.В.Косова, Е.Е.Лоскутова, Т.П.Лагуткина, В.В.Дорофеева, А.А.Теодорович. -М.: Издательский центр "Академия", 2019.-416с.

Дополнительная литература

1. Алешина И.В. Искусственный интеллект: цифровая глобализация и маркетинг / И.В. Алешина // Маркетинг в России и за рубежом. - 2019. - № 1. - С. 74-80. - ISSN 80963.
2. Бабкин А.В. Выявление и исследование трендов развития маркетинга в условиях цифровой трансформации экономики / А.В. Бабкин, Н.С. Алексеева// Маркетинг в России и за рубежом. - 2019. - № 6. - С. 34 - 43. - ISSN 80963.
3. Зевеке О.Ю. Сущность, цели и роль ценовой политики и ценовых стратегий : учебное пособие / О.Ю. Зевеке. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2020. - 135 с. : ил. - ISBN 978-5-209-10148-2.
4. Керзина Е.А. Нейромаркетинг: методические основы и практические направления применения в бизнесе / Е.А. Керзина // Маркетинг в России и за рубежом. - 2019. - № 3. - С. 13 - 18. - ISSN 80963.
5. Корчагова Л.А. Особенности продвижения медицинских услуг / Л.А. Корчагова // Маркетинг в России и за рубежом. - 2019. - № 5. - С. 95 - 101. - ISSN 80963.
6. Костанян А.А. Клиентоориентированность в государственном здравоохранении: воздействие на уровень удовлетворенности пациентов / А.А. Костанян // Маркетинг в России и за рубежом. - 2018. - № 1. - С. 4 - 14. - ISSN 80963.

7. Котлер Филип. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер, К. Келлер. - 6-е изд. . - Санкт-Петербург : Питер, 2019. - 448 с. : ил. - (Классический зарубежный учебник). - ISBN 978-5-4461-0581-6 : 1007.20. 65 - К 73.
8. Ромат Е.В. Маркетинговые коммуникации : учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / Е.В. Ромат, Д.В. Сендеров. - СПб. : Питер, 2018, 2020. - 496 с. - (Учебник для вузов). - ISBN 978-5-4461-0497-0 : 1621.00. 65 - Р69.
9. Фомина А.В. Маркетинг в здравоохранении : учебно-методическое пособие по изучению курса / А.В. Фомина, Е.В. Бивол. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2020. - 42 с. - ISBN 978-5-209-10424-7 : 53.00. 51.1 - Ф 76.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации
<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Фармацевтический маркетинг».

2. Методические указания для подготовки к лабораторным занятиям по дисциплине «Фармацевтический маркетинг».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Фармацевтический маркетинг», представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

Разработчики:

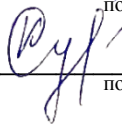
зав.кафедрой УЭФ
должность, название кафедры



подпись

Е.Е.Лоскутова
инициалы, фамилия

доцент кафедры УЭФ
должность, название кафедры



подпись

К.В.Сударенко
инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

управления и экономики фармации
название кафедры



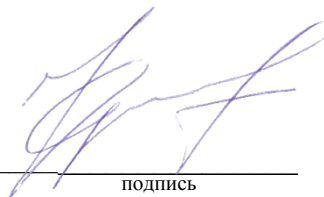
подпись

Е.Е.Лоскутова
инициалы, фамилия

Руководитель программы

Зам.директора МИ
по специальности «фармация»,

доцент
должность, название кафедры



подпись

М.М.Курашов
инициалы, фамилия