

РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ
МЕДИЦИНСКИЙ ИНСТИТУТ

ПРОГРАММА

Кафедра управления и экономики фармации

Наименование дисциплины: Медицинское и фармацевтическое товароведение

Рекомендуется для направления подготовки специалистов
по специальности **34.03.01** Сестринское дело

Квалификация (степень) «Бакалавр»

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины: сформировать профессиональные знания, умения и навыки по проведению товароведческого анализа и маркетинговых исследований медицинских и фармацевтических товаров; определению влияния условий хранения, вида упаковки на качество медицинских и фармацевтических товаров; объективной оценке возможности использования товаров в медицинской и фармацевтической практике.

Задачи дисциплины:

- овладение основами товароведения, закономерностями формирования потребительных свойств и качества медицинских и фармацевтических товаров;
- определение основополагающих характеристик товаров, составляющих потребительскую стоимость и товароведческих характеристик конкретных товаров;
- систематизация товаров с применением методов классификации и кодирования;
- управление ассортиментом организации;
- проведение товароведческого анализа и экспертизы медицинских и фармацевтических товаров;
- организация приема, хранения, отпуска, учета медицинских и фармацевтических товаров в отделениях ЛПУ;
- умение пользоваться утвержденными нормативными документами и инструкциями, статистическими материалами, справочниками, используемые в практической товароведческой деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП: ДС - Профессиональный цикл
Административно – управленческие дисциплины

Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций **ФГОС 3++: УК-1, ОПК-3, ОПК-4, ПК-8, ПК-15**

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: основные положения стандартизации, сертификации, приемы классификации и кодирования медицинских и фармацевтических товаров (МФТ); характеристики товаров и их потребительские свойства; направления маркетинговых исследований МФТ; основные требования к материалам, идущих на производство МФТ; цели, задачи, основные этапы товароведческой экспертизы МФТ, требования к описанию, упаковке, маркировке и хранению МФТ; документацию по учету и отчетности МФТ.

Уметь: определять использованные методы классификации, кодирования; работать с основными классификаторами (ОКП, АТХ и др.) и расшифровывать коды; анализировать и прогнозировать влияние исходных материалов, внешних факторов на потребительские свойства МФТ; использовать приемы маркетинговых исследований МФТ в профессиональной деятельности; пользоваться НТД, справочной литературой; проводить приемку МФТ по количеству и качеству (определять классификационную группу, наименование МФТ, проводить оценку внешнего состояния товара, качества упаковки); выбирать место и условия хранения МФТ; вести учет и отчетность МФТ.

Владеть: товароведческим понятийным аппаратом; навыком работы с медицинским и фармацевтическим товаром по приемке, хранению, учету и отпуску МФТ в отделениях ЛПУ.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6			
Аудиторные занятия (всего)	48	48			
В том числе:	-	-	-	-	-
Лекции	12-	12			
Практические занятия (ПЗ)	36	36			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	24	24			
В том числе:	-	-	-	-	-
Курсовой проект (работа)					
Расчетно-графические работы					
Реферат					
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>	24	24			
<i>Контрольные</i>					
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)		зач			
Общая трудоемкость час	72	72			
зач. ед.	2	2			

Содержание дисциплины

Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Общее товароведение	Предмет и задачи медицинского и фармацевтического товароведения. Основные понятия, термины и определения. История возникновения и развития товароведения как научной дисциплины. Стандартизация, классификация и кодирование медицинских и фармацевтических товаров. Факторы, формирующие потребительные свойства и качество медицинских и фармацевтических товаров. Факторы, сохраняющие потребительные свойства и качество медицинских и фармацевтических товаров. Тара и упаковка. Фирмы-производители медицинских и фармацевтических товаров.
2.	Частное товароведение	Основные понятия, термины, определения. Основные функции товароведческого анализа. Медицинские и фармацевтические товары: классификация и кодирование. Товароведческий анализ медицинских и

		фармацевтических товаров: инструментов, приборов и оборудования; шовных материалов, медицинских игл, перевязочных материалов, предметов ухода за больными, лекарственных средств, минеральной воды и др. Товароведческие операции при приемке товаров по количеству и качеству в лечебных учреждениях. Учет и отчетность. Организация хранения медицинских и фармацевтических товаров в отделениях ЛПУ.
3.	Маркетинговые исследования медицинских и фармацевтических товаров	Основы маркетинга. Основные понятия, термины и определения. Особенности медицинского и фармацевтического маркетинга. Маркетинговые исследования медицинских и фармацевтических товаров.

Лабораторный практикум

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ
1.	Общее товароведение	Основы товароведения. Стандартизация, классификация и кодирование медицинских и фармацевтических товаров. Факторы, влияющие на потребительские свойства товаров Лекарственное обеспечение стационарных больных
2.	Частное товароведение	Товароведческий анализ общехирургический инструмент. Товароведческий анализ изделий медицинского назначения и предметов ухода за больными, предметов личной гигиены. Товароведческий анализ медицинских приборов и аппаратов. Товароведческий анализ минеральных лечебных и лечебно-столовых вод. Товароведческий анализ лекарственных средств.
3.	Маркетинговые исследования медицинских и фармацевтических товаров	Теоретические основы фармацевтического и медицинского маркетинга. Маркетинговые исследования рынка медицинских и фармацевтических товаров.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Дремова Н.Б. Медицинское и фармацевтическое товароведение. Учебное пособие (курс). – Курс: КГМУ, 2005. – 520 с.
2. Кабатов Ю.Ф., Крендаль П.Е. Медицинское товароведение. -М.-Медицина, 1984. - 384 с.
3. Медицинское и фармацевтическое товароведение: Учебник / С.З. Умаров, И.А. Наркевич, Н.Л. Костенко, Т.Н. Пучинина. – 2-е изд., испр. – М.: ГЭОТАР-МЕД, 2004 – 368 с.

4. «Медицинское и фармацевтическое товароведение. Практикум»: Учебник под ред. Васнецовой О.А. –М.: Издательская группа «ГЭОТАР- Медиа, 2005г.- 704с.

б) дополнительная литература

1. Алексеев Н.С., Ганцов Т.К., Кутянин Г.И. Теоретические основы, товароведения непродовольственных товаров: в 2-х томах.-М.: Экономика,1988.
2. Батра Р.,Майерс Дж.Дж., Аакер Д.А. Рекламный менеджмент.-М.;СПб; К.: Издательский дом Вильямс, 2001.-784 с.
3. Каталоги медицинских инструментов, приборов, аппаратов, оборудования. ГОСТы, ОСТы и ТУ на изделия медицинской техники. Каталоги, проспекты, аннотации.
4. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д, Вонг В. Основы маркетинга: пер. с англ. - 2-е европ. Изд. -К., М; СПб: Изд. дом. "Вильямс",1998. - 1056с.
5. Смит М., Коласа Е.М., Перкинс г.. Сикер Б. Фармацевтический маркетинг. Принципы, среда, практика.- М.: Литтерра, 2005.-392 с.
6. Товароведение упаковочных материалов и тары для потребительских товаров: Учебное пособие / Т.И. Чалых, Л.М. Коснырева, Л.А. Пашкевич. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 368 с.
7. Тютенков О.Л., Филиппин Н.А., Яковлева Ж.И. Тара и упаковка готовых лекарственных средств,- М.: Медицина, 1982. - 128 с.

Заведующий кафедрой управления и экономики фармации
Профессор

М.М. Курашов