**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ**

**КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**Ошский Государственный Университет**

**Медицинский факультет**

**Кафедра «Фармацевтических дисциплин**

**с курсом базисной и клинической фармакологии»**

 “Утверждено” “Согласовано”

 декан факультета председатель УМС

 профессор Ыдырысов И.Т. ст. преп. Турсунбаева А.Т.

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 **Силлабус**

 **( SYLLABUS)**

**по дисциплине: «** Фармацевтический менеджмент и маркетинг**»**

**на 2022- 2023 учебный год**

 **по специальности:** 560005- Фармация

**всего кредитов- 3. 3- курс, 5 семестр**

**всего часов- 90ч.**

**аудиторных - 45 ч, из них**

**лекции-15ч**

**практические-30 ч**

**СРС- 45ч**

**количество модулей- 2**

**экзамен- 5семестр**

 г.Ош 2022 год.

**1.1 Общие сведения:**

**1.1** Наименование вуза**Ош ГУ**

**1.2** Кафедра**«Фармацевтических дисциплин с курсом базисной и клинической**

 **фармакологии»**

**1.3** Дисциплина **«**Фармацевтический менеджмент и маркетинг**»**

**1.4** Специальность: **560005 «фармация»**

**1.5** Объем учебных часов **90 часов, 3 кредитов**

**1.6** Курс и семестр изучения **3курс; 5 семестр**

**1.2 СВЕДЕНИЯ О ПРЕПОДАВАТЕЛЯХ:**

преподаватель кафедры, – Райымбердиева Эльнура Рахманбердиевна

общий стаж-15лет

пед.стаж -4 года

Место работы: ОшГУ, медицинский факультет.Учебно-лабораторный комплекс, каб.№306, Телефон: 0999313177

**2.1 Введение.**

***Цели и задачи дисциплины:***

 **Цель №2**

Подготовка высококвалифицированных специалистов-фармацевтов в сфере обращения ЛС, способных реализовывать себя и быть востребованными на фармацевтическом рынке труда**.**

**Задачи:** научно-обоснованная деятельность по применению современных маркетинговых и информационных систем в фармации; использование различных методов стимулирования сбыта фармацевтических товаров; деятельность по продвижению ЛС - участие в организации рекламы ЛС и других ФТ в соответствии с действующим законодательством.

организация труда фармацевтического и другого персонала в фармацевтических организациях, принятие управленческих решений, определение порядка выполнения работ;

организация эффективного подбора и расстановки кадров, повышения квалификации сотрудников, выполнение административных функций по соблюдению трудового законодательства;

**В результате освоения дисциплины студент должен уметь**

**Знать:** - осуществление торгово-закупочной деятельности с целью обеспечения максимальной рентабельности предприятий за счет эффективного использования рыночных механизмов;

- использование основных элементов маркетинга при осуществлении хозяйственной деятельности;

- организация правильного и точного оперативного учета за движением товаров и денежных средств;

- организация труда работников фармацевтических предприятий и организаций, принятие исполнительских решений, определение порядка выполнения работ

- организация эффективного подбора и расстановки кадров, повышения квалификации сотрудников, контроль за допуском к работе с наркотическими средствами и психотропными веществами;

- выполнение административных функций по соблюдению трудового кодекса;

- поддержка единого информационного пространства планирования и управления фармацевтическими предприятиями и организациями на всех этапах деятельности;

- организация технологии хранения лекарственных средств и других товаров фармацевтического ассортимента, основанная на принципах складской логистики с учетом требований к условиям хранения товаров и исключения несанкционированного доступа;

- организация и проведение закупок лекарственных средств и других товаров фармацевтического ассортимента для обеспечения государственных и муниципальных нужд;

 **Уметь.**

-Применять на практике методы и приемы маркетингового анализа в системе лекарственного обеспечения населения и ЛПУ.

-Осуществлять выбор методов учета и составлять документы по учетной политике

-Осуществлять фармацевтическую экспертизу рецептов и требований ЛПУ.

-Реализовать ЛС фармацевтические товары и изделия медицинского назначения.

-Управлять персоналом фармацевтического предприятия.

-Обеспечивать соблюдение правил охраны труда и техники безопасности и трудового законодательство

-Разрабатывать учетную политику

-Разрабатывать бизнес-план.

-Проводить анализ состояния имущества и обязательств аптеки.

-Оценивать степень риска предпринимательской деятельности.

**Владеть навыками:**

Самостоятельно приобретать новые знания по данной дисциплине, анализировать их на практике полученные знания и при других дисциплин, а также для решения других актуальных практических задач в области фармации

***2. Результаты обучения (РО) и компетенции студента, формируемые в процессе* изучения дисциплины «Фармацевтический менеджмент и маркетинга»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Код РО ООП и его*** ***формулировка*** |  ***Компетенции*** |  ***РО дисциплин и его формулировка*** |
| **РО6-Умеет проводить маркетинговую, информационно-консультативную, образовательную деятельность и оказывать первую медицинскую помощь населению.** **РО3-Умеет проводить организационно- управленческую и хозяйственную деятельность в сфере обращения лекарственных средств, изделий медицинского назначения, медицинской техники и парафармацевтической продукции** | **ПК-6 -** способен и готов использовать основы экономических и правовых знаний в профессиональной деятельности;**ПК-7** – способен и готов к осуществлению оптовой и розничной реализации лекарственных средств; | *РОд* Знает применение основы современных маркетинговыхсистем в аптечных учреждениях.осуществление торгово-закупочной деятельности с целью обеспечения максимальной рентабельности предприятий за счет эффективного использования рыночных механизмов; |
| **РО3. Умеет проводить организационно-управленческую и хозяйственную деятельность в сфере обращения лекарственных средств, изделий медицинского назначения, медицинской техники и парафармацевтической продукции.** | **ПК-16 –** способен и готов к применению основных принципов управления вфармацевтической отрасли, в том числе в фармацевтических организациях и их структурных подразделениях; | ***РОд*** Знает осуществление торгово-закупочной деятельности с целью обеспечения максимальной рентабельности предприятий за счет эффективного использования рыночных механизмов; |
| **РО6-Умеет проводить маркетинговую, информационно-консультативную, образовательную деятельность и оказывать первую медицинскую помощь населению.**  | **ПК-12** – способен и готов к применению коммуникативных процессов в управлении, со специалистами организаций здравоохранения, персоналом фармацевтических организаций, пациентами, их родственниками и лицами, осуществляющими уход, населением | ***РОд Знает*** Подбирать лучших кадров для компании. Проводить эффективную кадровую политику, использовать мотивационных установок, соблюдать норм трудового права. Организация труда работников фармацевтических предприятий и организаций, принятие исполнительских решений, определение порядка выполнения работ. |

***3. Место курса в структуре ООП ВПО***

Дисциплина «Фармацевтический менеджмент и маркетинг» относится к дисциплинам базовой части цикла профессиональных дисциплин.

Основные знания, необходимые для изучения дисциплины формируются в цикле дисциплин: Управления экономики фармации, фармакологии, технология лекарственных средств.

В цикле математических, естественнонаучных дисциплин: физика и математика; медицинская информатика; химия;

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» является предшествующей для изучения следующих дисциплин: Управления и организация фармации, медицинская и фармацевтическая товароведение, фармакология, клиническая фармакология;

***Календарно-тематический план по практических занятий дисциплине «Фармацевтический менеджмент и маркетинг» для студентов 3-курса 5 семестр.***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **недели** | **Тема** | **часы** | **баллы** |
| 1 | 1-ая неделя | Стиль управления. | 1 | 0,4 |
| Личность, и авторитет менеджера. | 1 | 0,4 |
| 2 | 2-ая неделя | Власть. Виды власти. Способы воздействия на подчиненных. | 1 | 0,4 |
| Биоэтика фармации. | 1 | 0,4 |
| 3 | 3-ая неделя | Государственная регистрация предпринимательства. | 1 | 0,4 |
| Предприятие как форма организации. Понятие о предпринимательстве | 1 | 0,4 |
| 4 | 4-ая неделя | Понятие об организационной культуре. | 1 | 0,4 |
| Понятие о концепции организационного развития. | 1 | 0,4 |
| 5 | 5-ая неделя | Клиент. Разные типы клиентов аптечных учреждений. | 1 | 0,4 |
| Конфликты в организации. | 1 | 0,4 |
| 6 | 6-ая неделя | Лекарственное обеспечение как специфический вид ресурсов в здравоохранении | 1 | 0,4 |
| Финансовые и материальные ресурсы | 1 | 0,4 |
| 7 | 7-ая неделя |  Общее понятие об управлении трудовыми процессами. Принципы и этапы. | 1 | 0,4 |
| Нормирование труда. | 1 | 0,4 |
| 8 | 8-ая неделя | Основные направления управления трудовыми процессами. | 1 | 0,4 |
|  |  | Регламентирование документооборота. | 1 | 0,4 |
| 9 | 9-ая неделя | Иерархическая структура нормативных актов. Виды документов. |  |  |
| Стимулирование и мотивация. Стимулирование и мотивация. | 1 | 0,4 |
|  |  | **Модуль №1** |  |  |
| 10 | 1-аянеделя | Инновационные методы организации | 1 | 0,4 |
| Средства контроля качества фармацевтической деятельности. | 1 | 0,4 |
| 11 | 2-ая неделя | Обеспечение качества фармацевтической деятельности. | 1 | 0,4 |
| Общее представление о риск-менеджменте. | 1 | 0,4 |
| 12 | 3-ая неделя |  Предпринимательский риск и пути его снижения. | 1 | 0,4 |
| Основные категории риск-менеджмента. | 1 | 0,4 |
| 1314 | 4-ая неделя5-ая  |  Планирование: Особенности бизнес планирования | 11 | 0,4 |
| Роль экспертных оценок в системе контроля качества медицинской помощи. | 2 | 0,4 |
| 15 | 6-я | Анализ состояния и тенденций развития фармацевтической промышленности | 2 | 0,4 |
|  **Модуль №2** | 30ч | 12б |

***Календарно-тематический план по лекции дисциплине Фармацевтический менеджмент и маркетинг для студентов 3-курса 5 семестр.***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Дата  | Тема: | Часы |  |
| 1 | 1-ая неделя | Стиль управления. Личность, и авторитет менеджера. Власть. Виды власти. Способы воздействия на подчиненных | 1 | 0,5 |
| 2 | 2-ая неделя | Биоэтика фармации. | 1 | 0,5 |
| 3 | 3-ая неделя | Государственная регистрация предпринимательства. Предприятие как форма организации. Понятие о предпринимательстве | 1 | 0,5 |
| 4 | 4-ая неделя | Клиент. Разные типы клиентов аптечных учреждений. | 1 | 0,5 |
| 5 | 5-ая неделя | Конфликты в организации. | 1 | 0,6 |
| 6 | 6-ая неделя |  Общее понятие об управлении трудовыми процессами. Принципы и этапы. Нормирование труда. | 1 | 0,6 |
| 7 | 7-ая неделя | Регламентирование документооборота. Иерархическая структура нормативных актов. Виды документов. | 1 | 0,6 |
| 8 | 8-ая неделя | Общее представление о риск-менеджменте. Предпринимательский риск и пути его снижения.Основные категории риск-менеджмента. | 1 | 0,6 |
| 9 | 9-ая неделя |  Планирование: Особенности бизнес планирования | 1 | 0,6 |
|  |  | Итого | 9 | 5 балл |

 ***5.Технологическая карта***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Семестр* | *Всего часов* | *аудит. Занятий* | *лекции* |  *практик* | *СРС* | ***Модуль №1******(30 баллов)*** | ***Модуль №2******(30 баллов)*** | ***Итоговый контроль***  |
| *Текущий* *Контроль**№1, №2* | *Рубежный контроль* | *Текущий* *Контроль**№3, №4* | *Рубежный контроль* |  |
| *лекция* | *практик* | *С р с* | *лекция* | *практика* |  *С р с* |
| 5 | 90 | 45 | 15 | 30 | 45 | 12 | 15 | 25 | 3 | 15 | 20 |
| *Баллы* | 5 | 12 | 6 | 7 | 5 | 12 | 6 | 7 |  |
| *Итого модулей* | *М1 =5+12+6+7=****30 б*** | *М2 =5+12+6+7=****30 б*** | ***40 б*** |
| ***Общий балл*** | ***М 1+М 2 +ИК =100баллов*** |

 ***6. Карта накопления баллов***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***форма контроля*** | ***ТК 1*** | ***ТК2*** | ***СРС*** | ***лекция*** | ***ПРАК*** | ***РК*** | ***Итого*** |
| *тестовый контроль* | ***1*** | ***1*** |  |  | ***1*** |  |  |
| *презентация* | ***1*** | ***1*** | ***2*** |  | ***2*** | ***2*** |  |
| *устный опрос* | ***1*** | ***1*** | ***3*** | ***2*** | ***2*** | ***3*** |  |
| *проверка конспекта* |  |  | ***1*** | ***3*** | ***1*** | ***2*** |  |
| *проверка практических навыков* |  |  |  |  |  |  |  |
| ***всего*** | ***3*** | ***3*** | ***6*** | ***5*** | ***6*** | ***7*** | ***30*** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

**2.4 Краткое содержание дисциплины:**

**Фармацевтический маркетинг и менеджмент**– это наука, изучающая управленческую и экономическую деятельность субъектов обращения лекарственных средств. **Фармацевтический маркетинг и менеджмент** является одной из профилирующих специальных дисциплин в системе подготовки фармацевтов.

Управление и экономика фармации изучает фармацевтический рынок для получения знаний и практических навыков в области планирования, организации, анализа, контроля, учета деятельности субъектов обращения лекарственных средств, для оказания качественной фармацевтической помощи.

**2.5 Пре реквизиты:** клиническая фармакология, управление экономики фармации, медицинское и фармацевтическое товароведение, фармацевтическая химия, фармакогнозия.

**2.6Постреквизиты**. Социальная фармация.

**2.7 Тематический план лекций.**

**Время консультаций –** по расписанию кафедры.

**Время рубежного контроля** – 9-я неделя 4 семестра.

**Время итогового контроля** – в конце 4 сем.по расписанию.

 **3. Самостоятельная работа студентов**.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *1* | **Тема *1.***Информационное обеспечение. Фармацевтического бизнеса**.** | 1.Определите свойства информации 2. Объясните методы изучения информационных потребителей.РОт: Знает доступность, качество и полноту информации. Информационные потребности Методы исследования информации. | *2* | *схема* | *0,4* | *РОд**ПК-12* | *1 - я* |
| *2* | **Тема 2*.***Методические подходы к рекламированию лекарственных препаратов. | 1.Дайте определение рекламу2.Объясните требования к рекламе.3.Определите объекты рекламыРОт: Знает формировать спроса и стимулировать сбыта товара, рекламировать лекарственные средства. | *2* | *презентация* | *0,4* | *РОд**ПК-6* | *2-я* |
| *3* | **Тема 3.**Понятия и типы рыночных структур. | 1.Дайте определение рынку?2.Объясните исследования рынка?РОт: Знает характеристики рыночных структур. Рынок современной конкуренции.Рынок монополистической конкуренции.Рынок олигаполии.Рынок чистой монополии. | *2* | *слайд* | *0.4* | *РОд**ПК-12* | *3-я* |
| *4* |  **Тема 4.**Изучение спроса товара. | 1.Классифицируйте виды спроса?2.Определите развития спроса?РОт: Знает рассчитать размер ежемесячного спроса и определяет причины неудовлетворения спроса. | 2 | *реферат* | 0,4 | РОдПК-6 | 4-я |
| ***5*** | **Тема 5.**Базовые категории маркетинга.  | 1.Дайте определение на потребность, нужда и спрос?2.Классифицируйте;факторы влияющие на потребления товаров аптечного ассортимента.РОт: Знает умеет изучить потребность и создавать товар. Удовлетворить свои нужды и запросы посредством обмена. | *2* | *Видео ролик* | *0,4* | *РОд**ПК-12* | *5-я* |
| ***6*** | **Тема 6.**Формирование стратегии фармацевтического маркетинга**.** | 1.Объясните экономику и управление в сфере услуг.2.Проанализируйте внутренние факторы формирование стратегииРот Знает использованиеОптимальную стратегию развития фарм. маркетинга. | *2* | *презентация* | *0,5* | *РОд ПК12* | *6-я* |
| *1* | **Тема 7.**Эффективные коммуникации. | 1.Объясните значение и культура общение?2. Объясните проведения презентации?РОт: Знает правила общения. Умеет проводить презентации и структуры построение презентации. |  *3* | *схема* | *0,4* | *РОд ПК6* | *7-я* |
| *2* | **Тема *8.***Управления конфликтами в организациях | 1.Объясните причины конфликтов.2.Перечислите методы управления конфликта.РОт: Знает объективные причины конфликта. Методы управления, модели конфликта и как устранить конфликта. | *3* | *схема* | *0,4* | *РОд**ПК6* | *8–я* |
|  |  | **Модуль № 1** | *18ч* |  |  |  |  |
| *3* |  **Тема 9.** Делопроизводство в фармацевтических организациях**.**  | 1.Дайте определение делопроизводство2.Объясните какие виды распорядительных документов.3. Объясните информационных документовРОт:Знает информационных массив, документирование фактов, событий, управленческих ситуаций и оформление документов соответствие с требованиями действующих нормативно правовых актов о Государственных стандартов. | 3 | *реферат* | 0,4 | РОд ПК6 | 9-я |
| *4* | **Тема 10.**Организация виды организации**.** | 1. Объясните жизненный цикл организации.2.Объясните общую характеристику организации.РОт: Знает организацию как объект управления, ее внутреннюю и внешнюю среду, жизненный цикл организации. | 3 | *реферат* | 0,4 | РОдПК6 | 10-я |
| *5* | **Тема 11.**Современный управляющий. | 1.Какими навыками должен обладать современный менеджер? 2.Объясните какими принципами должен обладать управляющий?РОт: Знает управлять организацией в современных условиях. Умеет влиять на отдельных людей направлять их усилия на достижения целей организации. | 3 | *реферат* | 0,4 | РОдПК6 | 11-я |
| *6* | **Тема 12.**Лидерские качества менеджера, влияние, власть. | 1. Перечислите задачи менеджера? 2. Перечислите типы менеджеров?3. Перечислите требование претендентам на руководящую должность?РОт Знает задачи менеджера, умеет добиваться успеха в условиях острой конкуренции. | 3 | *реферат* | 0,4 | РОдПК6 | 12-я |
| *7* | **Тема 13**.Сбытовая политика. Продвижение товаров | 1.Перечислите функции сбыта?2.Объясните сбытовую политику фарм. организации?РОт Знает продвижение товаров. | 5 | *слайд* | 0,4 | РОдПК12 | 13-я |
| *8* | **Тема** 14.Позиционирование товара | 1.Перечислите инструменты позиционирования?2.Условия правильного позиционирования?3.Главные постулаты процесса позиционирования? | 5 | *слайд* | 0,3 | РОдПК6 | 14-я |
| *9* | **Тема 15**.Планирование предпринимательской деятельности. Разработка бизнес-плана. | 1.Объясните цели и задачи бизнес плана?2.Расскажите структуру бизнес плана?2.Разработайте свой бизнес план?РОт Знает разрабатывать свой бизнес план. | 5 | *таблица* | *0,6* | *РОд ПК12* | 15-я |
|  |  |  | 45ч |  | 6б |  |  |

***5.Образовательные технологии***

Используемые образовательные технологии включают интерактивные занятия, которые составляют 30 % от объема аудиторных занятий:

1.Мозговой штурм.

2.Ролевая игра «Пациент-фармацевт».

3.Метод мозаика

4.Презентация

5.Метод дерево.

6.ТОПС

7.Шесть шляп.

***6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины***

 **Основная литература:**

1. Основы медицинского менеджмента и маркетинга Н.Г Петрова Додонова И, Погосян.

2. Менеджмент и Маркетинг в фармации В.А Демченко

 3. Менеджмент и маркетинг в фармации З.Н Мнушко

**Интернет ресурсы:**

4.[http://www.studmedlib.ru](http://www.studmedlib.ru/)5. компьютерная симуляция.

5. www. Google.com

6. www. vmede.org

**Дополнительная литература:**

1. Ткаченко В.А Контрольные работа по менеджменту и маркетингу

2.Дорофеева В.В. Конкурентоспособность фармацевтической организации в условиях рынка.

***7. Политика выставления баллов***

В соответствии с картой накопления баллов, студент может набирать баллы по всем видам занятий.

На лекциях за наличие конспекта без пропусков на занятия студент получает 5 баллов за модуль, практических занятиях студент получает баллы: 6б; за текущий контроль №1- 3 балла и № 2- 3балла, за рубежный контроль 7 балла СРС за выполнение заданий 6 балл в конце первого модуля набирает студент 30 балл. На втором модуле получают 30 балла итого: 60 балл, 40 балл получаете на текущем экзамене.