

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет»  
Медицинский институт  
Кафедра фармации

Утверждена на заседании  
Ученого совета МИ  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Протокол №\_\_

Рабочая программа дисциплины

## **Стратегии и технологии продвижения фармацевтических товаров на рынке**

Направление подготовки  
33.08.02 Управление и экономика фармации

Квалификация

Форма обучения  
очная

Улан-Удэ  
2022

## Пояснительная записка

### Цели освоения дисциплины

Основной целью дисциплины "Стратегии и технологии продвижения фармацевтических товаров на рынке" является подготовка профессиональных управленческих кадров фармацевтического профиля. Данная дисциплина занимается изучением основных стратегий, технологий и ключевых проблем продвижения фармацевтической продукции в условиях совершенствования отраслевой регуляторной политики и макроэкономической динамики.

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

"Стратегии и технологии продвижения фармацевтических товаров на рынке" это специальная дисциплина, изучается во втором семестре обучения в ординатуре, относится к блоку вариативных дисциплин Б1.В.ДВ.2. Направлена на совершенствование знаний и навыков, полученных в процессе обучения по программе специалитета "Фармация".

### В результате освоения дисциплины студент должен:

#### Планируемые результаты обучения по дисциплине и индикаторы достижения компетенций.

##### Знать:

- правовые и нормативные законодательные акты влияющие на продвижение фармацевтических товаров;
- основные причины возникновения необходимости создания подобной системы;
- основные способы стимулирования сбыта;
- основные стратегии продвижения фармацевтических товаров в розничном звене;
- отличия влияния стратегии продвижения на рецептурные и безрецептурные препараты;
- основные принципы мерчандайзинга.

##### Уметь:

- использовать технологии продвижения руководствуясь объективностью и принципами гуманизма;
- отличать законные технологии продвижения товаров от нарушающих законодательство РФ;
- использовать основные принципы мерчандайзинга при размещении товара.

##### Владеть:

- навыками мерчандайзинга, для повышения товарооборота в аптеке на безрецептурные препараты и парафармацевтические изделия.

#### Планируемые результаты освоения образовательной программы:

- ПК-5 - готовность к организации фармацевтической деятельности

### Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

№	Название разделов дисциплины	Практическое занятие	Самостоятельная работа
Семестр 2		18	54
1	Стратегии и технологии продвижения фармацевтических товаров на рынке	18	54

## Тематическое планирование курса

### Стратегии и технологии продвижения фармацевтических товаров на рынке

Семестр 2

#### Психофизиологические основы маркетинга

*Практическое занятие.* 6 ч. Семинар "Психофизиологические основы маркетинга"

*Самостоятельная работа.* 18 ч. Изучение теоретических вопросов: Системная организация поведения. Эмоции. Биологические основы и механизм разделения труда. Кооперативные отношения и командная деятельность. Психобиологические основы и этика обмена результатами труда в кооперативной деятельности. Значение механизмов централизованного и децентрализованного контроля в маркетинговой деятельности.

#### Особенности фармацевтического рынка и фармацевтического маркетинга

*Практическое занятие.* 6 ч. Семинар-дискуссия "Фармацевтический маркетинг и принципы гуманизма"

*Самостоятельная работа.* 18 ч. Изучение теоретических вопросов: Значение экстерналий в фармацевтическом маркетинге. ОТС-рынок, или рынок безрецептурных препаратов. Рынок рецептурных препаратов. Источники финансирования приобретения рецептурных препаратов в России.

Институциональные аптеки и институциональный маркетинг. Формирование и реализация фармацевтического проекта. Мерчандайзинг и его влияние на уровень продаж.

### **Продвижение фармацевтических препаратов**

*Практическое занятие.* 6 ч. Семинар "Продвижение товара и законодательство"

*Самостоятельная работа.* 18 ч. Изучение теоретических вопросов: Системный подход в организации процесса продвижения товара. Этические критерии продвижения лекарственных средств. Стратегии продвижения лекарственных препаратов. Продвижение лекарственных препаратов на ОТС-рынке. Продвижение рецептурных препаратов

## **БРС**

Семестр	Контрольные точки	Баллы
2	<b>Текущий контроль</b> в разделе «Стратегии и технологии продвижения фармацевтических товаров на рынке»	
	Конспект	30
	Эссе	20
	Составление структурно-логической схемы	10
2	<b>Зачет</b>	
	Беседа	40
Итого за семестр 2: 100		

## **Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного процесса**

### **Образовательные технологии (в том числе на занятиях, проводимых в интерактивных формах).**

Традиционные: лекция, семинар

Интерактивные: лекция-дискуссия, "мозговой штурм"

### **Учебно-методические материалы, в том числе методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

По данной дисциплине разработан фонд оценочных средств с методическими указаниями и рекомендациями

- [Б1.В.ДВ.2 Страт и техн продв фарм Метод указания.pdf](#)

Режим

доступа:

[https://my.bsu.ru/content/file/6/61/6183/752962\\_b1.v.dv.2-strat-i-tehn-prodv-farm-metod-ukazaniya.pdf](https://my.bsu.ru/content/file/6/61/6183/752962_b1.v.dv.2-strat-i-tehn-prodv-farm-metod-ukazaniya.pdf)

### **Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

По данной дисциплине разработано учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся и размещено в электронной информационно-образовательной среде университета (личном кабинете студента).

### **Оценочные средства**

По данной дисциплине разработаны оценочные средства, критерии их оценивания, а также методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

- [ФОС Стратегии и технологии продвижения фармацевтических товаров на рынке.docx](#)
- [Б1.В.ДВ.2 Страт и техн продв фарм Метод указания.pdf](#)

### **Список литературы**

Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

#### **Основная**

1. [МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА](#): Учебник для вузов/Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г.. —М.: Издательство Юрайт, 2016. —570 с.  
Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/book/02E09F36-A714-4959-9C1A-D80A65C986F6>
2. [Фармакоэкономика](#): учебное пособие/С. К. Зырянов, В. И. Петров, А. В. Сабанов. —Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2011  
Режим доступа: <http://www.studmedlib.ru/book/970409169V0027.html>
3. [Методы и методики фармакоэкономических исследований](#): Гриф УМО по медицинскому и фармацевтическому образованию вузов России./Васькова Л.Б.; Мусина Н.З.. —Москва: ГЭОТАР-Медиа,

2007. —1 с.

Режим доступа: <http://www.rosmedlib.ru/book/ISBN9785970404782.html>

Дополнительная

1. [Фармацевтическое взаимодействие](#): учебное пособие/Г. В. Раменская. —Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2011  
Режим доступа: <http://www.studmedlib.ru/book/970409169V0012.html>

**Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

Сайт Министерства здравоохранения Российской Федерации <https://www.rosminzdrav.ru/>

Журналы: Аптечный бизнес, Менеджмент качества в сфере здравоохранения и социального развития, Новая аптека, Правовые вопросы в здравоохранении, Ремедиум, Фармацевтический вестник

**Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Портал электронного обучения БГУ [e.bsu.ru](http://e.bsu.ru)

Личный кабинет преподавателя или студента БГУ <http://my.bsu.ru/>

Электронные библиотечные системы: Руконт, издательство «Лань», Консультант студента

**Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Аудитория № 6203. Учебная мебель, переносной мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук, диспергатор, водяная баня, центрифуга, шейкер, анализатор влажности.

Помещение для самостоятельной работы. Аудитории № 6125. Учебная мебель, Компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС БГУ.

Автор: Рандалова Туяна Эрдэмовна

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры \_\_\_\_\_ от «\_\_»  
\_\_\_\_\_ 20\_\_ г. Протокол №\_\_.