

**Аннотация
рабочей программы**

Наименование дисциплины (модуля)		<i>Фармацевтический маркетинг</i>
Направление подготовки		33.00.00 Фармация »
Специальность		33.05.01 Фармация
Уровень высшего образования		специалитет
Форма обучения		очная
Место в основной образовательной программе		Основная часть Блока 1
Семестр изучения		7
Трудоёмкость дисциплины (з.е.т./час)		3/108
в т.ч.		
лекций		18
практических (семинарских, лабораторных)		48
самостоятельной работы		42
Вид промежуточной аттестации		Зачет
Цель изучения дисциплины (модуля)		Формирование знаний базовых положений фармацевтического законодательства для обеспечения возможности качественного выполнения функциональных обязательств, осуществления организации управления фармацевтическими предприятиями, оптовыми фирмами и аптеками.
Формируемые компетенции		ОПК-3(ИДпко3-2) ПКО-2(ИДпко2-5)

Краткое содержание дисциплины (модуля):

Название модулей и тем	Количество часов				
	всего (з.е.т./час)	в том числе			
		лекций	практич (семин)	лабор	самост работа
Модуль 1.	3/108	18	48		42
Тема 1.1 Основные положения фармацевтического маркетинга. Изучение рынка лекарственных препаратов. Актуальность.		2	3		4
Тема 1.2 Товар в маркетинговой деятельности. Формирование ассортимента лекарственных средств. Актуальность.		2	3		4
Тема 1.3 Товарная политика фармацевтических предприятий. Государственное регулирование качества фармацевтической продукции.		2	3		4
Тема 1.4. Цена в системе маркетинга. Ценовая политика фармацевтических предприятий..		2	3		2
Тема 1.5. Формирование сбытовой политики фармацевтических фирм			3		2
Тема 1.6. Сбытовая деятельность в системе фармацевтического маркетинга. Продвижение товара по рынку.		2	3		4
Тема 1.7. Стратегии маркетинговых коммуникаций и стимулирование сбыта фармацевтической продукции.			3		4

Тема 1.8. Реклама в системе маркетинга.		2	3		2
Тема 1.9. Реклама лекарственных средств. Public Relations .			3		2
Тема 1.10. Информационные маркетинговые системы. Маркетинговые исследования.		2	3		2
Тема 1.11. Маркетинговый контроль. Международный маркетинг.			3		2
Тема 1.12. Организация фармацевтической системы. Внутренняя среда организации.		2	3		2
Тема 1.13. Внешняя среда организации. Законы и государственные органы.			3		2
Тема 1.14. Функции управления. Управление процессом принятия решений. Управление конфликтами, стрессами.		2	3		2
Тема 1.15. Групповая динамика и руководство. Власть. Лидерство. Стратегическое планирование и его этапы.			3		2
Тема 1.16. Формирование и развитие организационной структуры предприятий. Мотивация в системе аптечных предприятий. Сущность и этапы контроля.			3		2