

Министерство здравоохранения Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический  
университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации  
(ФГБОУ ВО СПбХФУ Минздрава России)

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Решением совета факультета  
промышленной технологии лекарств,  
протокол от 21.06.19 № 9

Проректор по учебной работе  
Ю.Г. Ильинова

### **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы фармацевтического маркетинга»**

Дисциплина по выбору «Основы фармацевтического маркетинга» реализуется в рамках образовательной программы высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 18.03.01 Химическая технология, профиль – Химическая технология лекарственных средств по очной форме обучения на русском языке.

#### **Место дисциплины в образовательной программе:**

Дисциплина по выбору «Основы фармацевтического маркетинга» реализуется в пятом семестре в рамках вариативной части дисциплин (модулей) Блока 1. Дисциплина Б1.В.ДВ.08.01 «Основы фармацевтического маркетинга» развивает знания, умения и навыки, сформированные у обучающихся по результатам изучения дисциплины Б1.Б.19 «Экономика».

Дисциплина «Основы фармацевтического маркетинга» направлена на формирование компетенций:

**ОК-6 Способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, в части следующих индикаторов ее достижения:**

ОК-6.3 Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и выстраивает продуктивное взаимодействие;

**ПК-15 Готовностью систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов предприятия, в части следующих индикаторов ее достижения:**

ПК-15.3 Оценивает текущую рыночную ситуацию и формирует маркетинговую информацию.

#### **Перечень основных разделов дисциплины:**

Раздел 1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности фармацевтического маркетинга.

Раздел 2. Характерные особенности и современные тенденции развития мирового и российского фармацевтического рынка и фармацевтической отрасли.

Раздел 3. Принципы и основные направления государственного регулирования фармацевтического рынка.

Раздел 4. Комплекс маркетинга фармацевтической продукции, особенности продвижения рецептурных и безрецептурных препаратов.

Раздел 5. Регулирование рекламы и продвижения лекарственных препаратов.

По дисциплине предусмотрены лекции и практические занятия, в частности включающие обсуждение теоретических вопросов, групповые дискуссии, анализ реальных ситуаций, выступления студентов с презентациями по результатам выполненной самостоятельной работы.

Самостоятельная работа студентов включает проработку курса лекций, подготовку к практическим занятиям, анализ реальных ситуаций, выполнение исследования по проблематике развития фармацевтического рынка и фармацевтической отрасли, подготовку портфолио, подготовку к зачету.

Общий объем дисциплины – 3 зачетные единицы (108 часов).

#### **Правила аттестации по дисциплине.**

Текущий контроль по дисциплине Б1.В.ДВ.08.01 «Основы фармацевтического маркетинга» осуществляется на практических занятиях и заключается в прохождении устного собеседования по теме практического занятия, участия в групповых дискуссиях, результатов выполнения самостоятельных заданий. По результатам текущего контроля выставляются оценки «зачтено» или «не зачтено». Оценка «зачтено» по всем видам текущего контроля является основанием для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Промежуточная аттестация проводится в виде защиты портфолио, в состав которого включаются все самостоятельные работы, выполненные студентом в ходе изучения дисциплины, и результаты текущего контроля.

По результатам освоения дисциплины Б1.В.ДВ.08.01 «Основы фармацевтического маркетинга» выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Если по итогам проведенной промежуточной аттестации результаты обучающегося не соответствуют критерию сформированности компетенции, то обучающемуся выставляется оценка «не зачтено». Оценка «зачтено» означает успешное прохождение промежуточной аттестации.

#### **Учебно-методическое обеспечение дисциплины.**

Учебно-методический комплекс по дисциплине «Основы фармацевтического маркетинга» в электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО СПХФУ Минздрава России:

Трофимова, Е. О. Основы фармацевтического маркетинга [Электронный ресурс]: электронный учебно-методический комплекс / Е.О. Трофимова ; ФГБОУ ВО СПХФУ Минздрава России. – Санкт-Петербург, [2019]. - Режим доступа: <http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=1425>