

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

СОГЛАСОВАНО

Решением совета фармацевтического
факультета, протокол от 03.07.2018 № 7



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
Ю.Г. Ильинова

Аннотация к рабочей программе дисциплины ФТД.В.ДВ.01.02 Маркетинг парфюмерно-косметической продукции

Дисциплина «Маркетинг парфюмерно-косметической продукции» реализуется в рамках образовательной программы высшего образования – программы подготовки кадров высшей квалификации в ординатуре по специальности 33.08.02 Управление и экономика фармации в очной форме обучения на русском языке.

Место дисциплины в образовательной программе

Дисциплина «Маркетинг парфюмерно-косметической продукции» реализуется в третьем семестре в рамках факультативов.

Дисциплина «Маркетинг парфюмерно-косметической продукции» направлена на формирование компетенции:

ПК-4 готовность к применению основных принципов управления в профессиональной сфере; в части следующих индикаторов ее достижения:

ПК-4.1 принимает управленческие решения на основе проведенных маркетинговых исследований.

Перечень основных разделов дисциплины

-Маркетинговые исследования рынка парфюмерно-косметических средств.

-Инструменты и стратегии управления ассортиментом парфюмерно-косметической продукции.

По дисциплине предусмотрены лекции и практические занятия, в частности, включающие решение ситуационных задач по продвижению парфюмерно-косметической продукции в структуре комплекса маркетинга фармацевтической организации и подготовку докладов с презентациями по темам практических занятий дисциплины.

Самостоятельная работа ординаторов включает проработку курса лекций; подготовку к практическим занятиям; подготовку докладов с презентациями по темам, предусмотренным в рабочей программе дисциплины, подготовку портфолио.

Общий объем дисциплины – 2 зачетные единицы (72 часа).

Правила аттестации по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине «Маркетинг парфюмерно-косметической продукции» проводится в форме представления докладов с презентациями по темам практических занятий и в форме решения ситуационных задач по теме «Продвижение парфюмерно-косметической продукции в структуре комплекса маркетинга фармацевтической организации». По результатам текущего контроля выставляются оценки «зачтено» или «не зачтено». Получение положительных оценок по всем видам текущего контроля является основой проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме представления портфолио, включающего все результаты текущего контроля, полученные ординатором в рамках его учебной деятельности (представление докладов с презентациями и решение ситуационных задач). По результатам освоения дисциплины «Маркетинг парфюмерно-косметической продукции» выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Если по итогам проведенной промежуточной аттестации, результаты обучающегося не соответствуют критерию сформированности компетенции, обучающемуся выставляется оценка «не зачтено». Оценка «зачтено» означает успешное прохождение промежуточной аттестации.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Басакина, И. И. Маркетинг парфюмерно-косметической продукции [Электронный ресурс]: электронный учебно-методический комплекс / И. И. Басакина ; ФГБОУ ВО СПХФУ Минздрава России. – Санкт-Петербург, 2018. – Режим доступа: <http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=76>. – Загл. с экрана.

Основная литература

1. Ким, С. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / С. А. Ким. — Электрон. текстовые данные. – Москва : Дашков и К, 2015. – 258 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52301.html>. – Загл. с экрана.

2. Маркетинг: Учебник [Электронный ресурс] / Р. Б. Ноздрева. – Москва : Аспект Пресс, 2016. – <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708295.html>. – Загл. с экрана.