

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Болотских Владимир Иванович
Должность: Исполняющий обязанности ректора
Дата подписания: 29.08.2025 10:45:12
Уникальный программный ключ:
ae663c0c1487e583f409a7d04a4e7d79adb6ca41

**МИНИСТЕРСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Н. БУРДЕНКО»
МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Факультет подготовки кадров высшей квалификации
Кафедра организации фармацевтического дела,
клинической фармации и фармакогнозии

УТВЕРЖДАЮ
Декан ФПКВК Е.А. Лещева
26.03.2025, протокол №6

Рабочая программа
«Фармацевтический маркетинг»
для специальности 33.08.02 «Управление и экономика фармации»
(уровень высшего образования, подготовка кадров высшей квалификации)

всего часов (ЗЕ)	72 (часов) / 2 ЗЕ
лекции	0 (часов)
практические (семинарские) занятия	36 (часов)
самостоятельная работа	32 (часов)
курс	1
семестр	2
контроль:	2 (семестр)
Зачет	4 часа

Воронеж 2025 г.

Настоящая рабочая программа «Фармацевтический маркетинг» является частью основной образовательной программы по специальности 33.08.02 «Управление и экономика фармации» (высшее образование – программа ординатуры).

Рабочая программа подготовлена на кафедре организации фармацевтического дела, клинической фармации и фармакогнозии ФГБОУ ВО ВГМУ им. Н.Н. Бурденко Минздрава России авторским коллективом:

№ пп.	Фамилия, Имя, Отчество	Ученая степень, ученое звание	Занимаемая должность	Основное место работы
1	Новикова Марина Дмитриевна	к.ф.н.	доцент	Кафедра организации фармацевтического дела, клинической фармации и фармакогнозии

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры организации фармацевтического дела, клинической фармации и фармакогнозии ФГБОУ ВО ВГМУ им. Н.Н. Бурденко Минздрава России « 24» марта 2025 г., протокол №9.

Рабочая программа одобрена на заседании ЦМК по координации подготовки кадров высшей квалификации от « 26» марта 2025 г., протокол №6

Нормативно-правовые основы разработки и реализации рабочей программы дисциплины:

- 1) Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (подготовка кадров высшей квалификации) по специальности 33.08.02 «Управление и экономика фармации», утвержденный Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 августа 2014 г. №1143.
- 2) Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист в области управления фармацевтической деятельностью» от 22 мая 2017 №428н.
- 3) Общая характеристика образовательной программы по специальности 33.08.02 «Управление и экономика фармации».
- 4) Учебный план образовательной программы по специальности 33.08.02 «Управление и экономика фармации».
- 5) Устав и локальные нормативные акты Университета.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
1.1	Цель освоения дисциплины	4
1.2	Задачи дисциплины	4
1.3.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)/практике, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2.	МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО	5
2.1.	Код учебной дисциплины	5
2.2.	Взаимосвязь дисциплин ОПОП ВО	5
2.3.	Типы задач профессиональной деятельности	6
3.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3.1.	Объем дисциплины и виды учебной деятельности	6
3.2.	Содержание, структурированное по разделам (если предусмотрено) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов занятий, форм контроля	6
3.3.	Тематический план лекций	6
3.4.	Тематический план ЗСТ	6
3.5.	Хронокарта ЗСТ	7
3.6.	Самостоятельная работа обучающихся	8
4.	ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	9
5.	ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	10
6.	ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	11
7.	МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	11
8.	ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	12
9.	ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЫ	12
10.	МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	12

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. **Цель освоения дисциплины** – подготовка специалистов, способных управлять маркетинговой деятельностью с целью качественного и максимального удовлетворения потребительского спроса, повышения конкурентоспособности фармацевтических предприятий и организаций.

1.2. Задачи дисциплины:

Формирование у ординаторов знаний, умений и навыков в области:

- 1) современной теории маркетинга в применении к фармацевтическому рынку;
- 2) управления материальными и информационными потоками с учетом законодательных требований к обращению товаров на фармацевтическом рынке;
- 3) проведения маркетинговых исследований в процессе принятия управленческих решений;
- 4) анализа ассортимента товаров и формирования ассортиментной политики фармацевтических организаций с целью качественного и максимального удовлетворения потребительского спроса;
- 5) оценки экономической эффективности методов продвижения лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента на фармацевтическом рынке.

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Код компетенции, на формирование, которых направлены результаты обучения по дисциплине	Содержание компетенции, на формирование, которых направлены результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора до- стижения компе- тенции
1	2	3
УК-1	готовность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	–
ПК-3	готовность к проведению процедур, предусмотренных при государственной регистрации лекарственных препаратов	–
ПК-5	готовность к организации фармацевтической деятельности	
ПК-6	готовность к оценке экономических и финансовых показателей, применяемых в сфере обращения лекарственных средств	–

Знать:

- положения нормативных правовых актов, регулирующих обращение товаров аптечного ассортимента;
- концепцию фармацевтического маркетинга, основы терминологии;
- основы предпринимательской деятельности в фармацевтическом секторе экономики;
- порядок формирования и организацию работы товаропроводящей сети на фармацевтическом рынке;
- современный ассортимент лекарственных препаратов и других товаров фармацевтического рынка;
- направления и особенности товарной политики фармацевтических организаций;

- основы мерчандайзинга в аптечных организациях;
- основы фармацевтической информации и рекламы товаров фармацевтического рынка;
- возможности и перспективы применения современных методов маркетинговых исследований на фармацевтическом рынке;

Уметь:

- использовать нормативную документацию при проведении маркетинговых исследований;
- использовать в профессиональной деятельности фундаментальные и прикладные знания в области фармации;
- осуществлять мониторинг спроса потребителей, в том числе на новые лекарственные препараты и другие товары аптечного ассортимента;
- вести переговоры с деловыми партнерами, представителями образовательных, медицинских, общественных организаций, контрольно-надзорных органов;
- управлять снабжением, товарными запасами, ассортиментом;
- формировать товарную политику;
- использовать в работе методы маркетинговых исследований;
- планировать и проводить маркетинговые мероприятия на фармацевтическом рынке;

- осуществлять регистрацию лекарственных средств;
- выполнять требования и вести документацию системы качества;

Владеть:

- правовыми основами фармацевтической и хозяйственной деятельности;
- навыками применения современных маркетинговых и информационных систем в фармации;
- навыками работы с органами управления фармацевтической деятельностью, производителями, поставщиками товаров и населением по проведению маркетинговых мероприятий;
- навыками составления, хранения, архивирования документации в сфере обращения товаров;
- навыками разработки товарной политики фармацевтической организации на основе требований нормативной документации;
- навыками использования элементов фармацевтического маркетинга и логистики в процессе принятия управленческих решений;
- навыками оценки конкурентной среды фармацевтической организации;
- коммуникационными навыками при проведении сбора и обработки информации по изучению спроса на фармацевтическом рынке;
- навыками составления стратегии развития фармацевтической организации.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Фармацевтический маркетинг» относится к блоку Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1 (вариативная часть) ОПОП ВО по направлению подготовки «Управление и экономика фармации», составляет 72 часа / 2 з.е., изучается во втором семестре.

2.2. Взаимосвязь дисциплин ОПОП ВО

Наименование предшествующей дисциплины	Наименование изучаемой дисциплины	Наименование последующей дисциплины
Управление и экономика фармации	Фармацевтический маркетинг	Производственная практика

2.3. Типы задач профессиональной деятельности:

В рамках освоения дисциплины, обучающиеся готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- контрольно-разрешительная;
- организационно-управленческая.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Объем дисциплины и виды учебной деятельности.

Виды учебной работы	Всего часов	Семестр
		2
Лекции	—	—
Практические занятия	36	36
Семинарские занятия	—	—
Самостоятельная работа	32	32
Промежуточная аттестация	4	4
Общая трудоемкость в часах	72	
Общая трудоемкость в зачетных единицах	2	

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов занятий, форм контроля

№ п/п	раздел учебной дисциплины	занятия лекционного типа	практические занятия (семинарские занятия)	самостоятельная работа (часов)	контроль (часов)	всего (часов)
1	Фармацевтический маркетинг	—	36	32		22
4	Зачет				4	

3.3. Тематический план лекций – лекции не предусмотрены.

3.4. Тематический план практических занятий

№	Тема	Краткое содержание темы	Код компетенции	Часы
1	Маркетинговые исследования в процессе принятия управленческих решений	Методы маркетинговых исследований. Основные направления и объекты маркетинговых исследований на фармацевтическом рынке. Анализ спроса и предложения на фармацевтическом рынке. Практические аспекты маркетинговых исследований.	УК-1, ПК-5, ПК-6	4
2	Товар в системе маркетинга. Конкурентоспособность товара	Определение понятия «товар» с различных позиций, модель товара. Классификации товаров. Жизненный цикл товара. Маркетинговый анализ конкурентоспособности товаров аптечного ассортимента. Классификация товарного ассортимента фармацевтических организаций по направлениям его анализа.	УК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-6	4
3	Формирование товарной политики фармацевтической организации.	Продвижение товаров на фармацевтическом рынке. Принципы организации пространства торгового зала аптеки.	УК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-6	4
4	Мерчандайзинг фарма-	Правила мерчандайзинга, представление товара, пре-	УК-1, ПК-5,	4

	цевтической организации	зентация товара.	ПК-6	
5	Организация логистической работы, выбор поставщиков	Цели, задачи, функции снабжения. Управление материальными и информационными потоками. Организация логистики: критерии выбора поставщиков, заключение договоров. Оценка качества поставщиков.	УК-1, ПК-5, ПК-6	4
6	Современные методы управления ассортиментом фармацевтических организаций	Методы анализа ассортимента. Технологии управления ассортиментом фармацевтических организаций. Формирование ассортимента в соответствии с законодательными требованиями и потребительским спросом. Современный ассортимент товаров фармацевтического рынка.	УК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-6	4
7	Информационные системы, используемые в фармации, поиск и оценка информации	Методы сбора информации, обработки информации, представления результатов. Информационные системы, используемые в фармации. Государственное регулирование деятельности в сфере обращения фармацевтических товаров.	УК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-6	4
8	Характеристика современного фармацевтического рынка, анализ рынка. Оценка конкурентной среды	Тенденции развития мирового фармацевтического рынка. Анализ конкурентоспособности аптечных организаций, оценка конкурентной среды. STEP- анализ, SWOT- анализ на фармацевтическом рынке. Сегментирование фармацевтического рынка. Маркетинговые стратегии.	УК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-6	4
9	Контрольная работа	Контрольная работа	УК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-6	4

3.5. Хронокарта ЗСТ

№ п/п	Этап ЗСТ	% от занятия
1.	Организационная часть.	5
1.1	Приветствие.	
1.2	Регистрация присутствующих в журнале	
2.	Введение.	20
2.1	Озвучивание темы и ее актуальность, цели и плана занятия.	
2.2.	Ответы на вопросы обучающихся, возникшие при подготовке к занятию.	
3.	Разбор теоретического материала Обсуждение основных положений темы (устный разбор теоретического материала, объём и содержание определяет кафедра).	30 - 60
4.	Практическая часть занятия проводится в соответствии с учебной деятельностью, прописанной для каждой темы в рабочей программе по дисциплине (решений практических задач, ситуационных задач, тестовых заданий и т.д.)	30
4.1.	Самостоятельная практическая работа обучающихся	
4.2.	Индивидуальное и групповое консультирование при выполнении заданий.	
4.3.	Контроль успешности выполнения практических заданий	
5.	Заключительная часть.	15
5.1.	Подведение итогов занятия. Анализ результатов. Ответы на вопросы.	
5.2.	Сообщение темы следующего занятия, вопросов для самостоятельной подготовки, рекомендуемой литературы.	
5.3.	Завершение занятия, оформление учебного журнала.	

3.6. Самостоятельная работа обучающихся

№	Тема	Формы самостоятельной работы	Код компетенции	Часы
1	Маркетинговые исследования в про-	подготовка к ЗСТ, составление тези-	УК-1, ПК-5, ПК-6	4

	цессе принятия управленческих решений	сов по теме, работа с учебниками, конспектами и другими источниками литературы; составление вопросов согласно тематике ЗСТ, участие в дискуссии согласно теме занятия; решение ситуационных задач, подготовка реферата, подготовка к промежуточной аттестации		
2	Товар в системе маркетинга. Конкурентноспособность товара	подготовка к ЗСТ, составление тезисов по теме, работа с учебниками, конспектами и другими источниками литературы; составление вопросов согласно тематике ЗСТ, участие в дискуссии согласно теме занятия; решение ситуационных задач, подготовка реферата, подготовка к промежуточной аттестации	УК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-6	4
3	Формирование товарной политики фармацевтической организации.	подготовка к ЗСТ, составление тезисов по теме, работа с учебниками, конспектами и другими источниками литературы; составление вопросов согласно тематике ЗСТ, участие в дискуссии согласно теме занятия; решение ситуационных задач, подготовка реферата, подготовка к промежуточной аттестации	УК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-6	4
4	Мерчандайзинг фармацевтической организации	подготовка к ЗСТ, составление тезисов по теме, работа с учебниками, конспектами и другими источниками литературы; составление вопросов согласно тематике ЗСТ, участие в дискуссии согласно теме занятия; решение ситуационных задач, подготовка реферата, подготовка к промежуточной аттестации	УК-1, ПК-5, ПК-6	4
5	Организация логистической работы, выбор поставщиков	подготовка к ЗСТ, составление тезисов по теме, работа с учебниками, конспектами и другими источниками литературы; составление вопросов согласно тематике ЗСТ, участие в дискуссии согласно теме занятия; решение ситуационных задач, подготовка реферата, подготовка к промежуточной аттестации	УК-1, ПК-5, ПК-6	4
6	Современные методы управления ассортиментом фармацевтических организаций	подготовка к ЗСТ, составление тезисов по теме, работа с учебниками, конспектами и другими источниками литературы; составление вопросов согласно тематике ЗСТ, участие в дискуссии согласно теме занятия; решение ситуационных задач, подготовка реферата, подготовка к промежуточной аттестации	УК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-6	4
7	Информационные системы, используемые в фармации, поиск и оценка информации	подготовка к ЗСТ, составление тезисов по теме, работа с учебниками, конспектами и другими источниками литературы; составление вопросов согласно тематике ЗСТ, участие в дискуссии согласно теме занятия; решение ситуационных задач, подго-	УК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-6	4

		товка реферата, подготовка к промежуточной аттестации		
8	Характеристика современного фармацевтического рынка, анализ рынка. Оценка конкурентной среды	подготовка к ЗСТ, составление тезисов по теме, работа с учебниками, конспектами и другими источниками литературы; составление вопросов согласно тематике ЗСТ, участие в дискуссии согласно теме занятия; решение ситуационных задач, подготовка реферата, подготовка к промежуточной аттестации	УК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-6	4
9	Контрольная работа	подготовка к ЗСТ, участие в дискуссии согласно теме занятия; решение ситуационных задач, подготовка реферата, подготовка к промежуточной аттестации	УК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-6	4

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№	Тема	Формы оценочных средств	Представление оценочного средства в фонде (количество)
1	Маркетинговые исследования в процессе принятия управленческих решений	Опрос (устный, письменный) по вопросам, тест, ситуационная задача	Перечень вопросов (по теме) - 15, комплекты тестовых заданий (по теме) – 15, перечень ситуационных задач (по теме) – 5
2	Товар в системе маркетинга. Конкурентоспособность товара	Опрос (устный, письменный) по вопросам, тест, ситуационная задача	Перечень вопросов (по теме) - 15, комплекты тестовых заданий (по теме) – 15, перечень ситуационных задач (по теме) – 5
3	Формирование товарной политики фармацевтической организации.	Опрос (устный, письменный) по вопросам, тест, ситуационная задача	Перечень вопросов (по теме) - 15, комплекты тестовых заданий (по теме) – 15, перечень ситуационных задач (по теме) – 5
4	Мерчандайзинг фармацевтической организации	Опрос (устный, письменный) по вопросам, тест, ситуационная задача	Перечень вопросов (по теме) - 15, комплекты тестовых заданий (по теме) – 15, перечень ситуационных задач (по теме) – 5
5	Организация логистической работы, выбор поставщиков	Контрольная работа	Комплект контрольных заданий по вариантам (по разделу) – 5 вариантов
6	Современные методы управления ассортиментом фармацевтических организаций	Опрос (устный, письменный) по вопросам, тест, ситуационная задача	Перечень вопросов (по теме) - 15, комплекты тестовых заданий (по теме) – 15, перечень ситуационных задач (по теме) – 5
7	Информационные системы, используемые в фармации, поиск и оценка информации	Опрос (устный, письменный) по вопросам, тест, ситуационная задача	Перечень вопросов (по теме) - 15, комплекты тестовых заданий (по теме) – 15,

			перечень ситуационных задач (по теме) – 5
8	Характеристика современного фармацевтического рынка, анализ рынка. Оценка конкурентной среды	Опрос (устный, письменный) по вопросам, тест, ситуационная задача	Перечень вопросов (по теме) - 15, комплекты тестовых заданий (по теме) – 15, перечень ситуационных задач (по теме) – 5
9	Контрольная работа	Алгоритмы практических навыков	Алгоритмы практических навыков – 25

Форма промежуточной аттестации	Формы оценочных средств	Представление оценочного средства в фонде (количество)
Зачет	Вопросы, ситуационные задачи	Вопросы – 50, ситуационные задачи – 20

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№	Тема	Формы образовательных технологий	Средства образовательных технологий
1	Маркетинговые исследования в процессе принятия управленческих решений	Проблемное обучение	Ситуационная задача, практическая задача
		Лекционно-семинарская система	Опрос, графические материалы
2	Товар в системе маркетинга. Конкурентноспособность товара	Проблемное обучение	Ситуационная задача, практическая задача
		Лекционно-семинарская система	Опрос, графические материалы
3	Формирование товарной политики фармацевтической организации.	Проблемное обучение	Ситуационная задача, практическая задача
		Лекционно-семинарская система	Опрос, графические материалы
4	Мерчандайзинг фармацевтической организации	Проблемное обучение	Ситуационная задача, практическая задача
		Лекционно-семинарская система	Опрос, графические материалы
5	Организация логистической работы, выбор поставщиков	Проблемное обучение	Ситуационная задача, практическая задача
		Лекционно-семинарская система	Опрос, графические материалы
6	Современные методы управления ассортиментом фармацевтических организаций	Проблемное обучение	Ситуационная задача, практическая задача
		Лекционно-семинарская система	Опрос, графические материалы
7	Информационные системы, используемые в фармации, поиск и оценка информации	Проблемное обучение	Ситуационная задача, практическая задача
		Лекционно-семинарская система	Опрос, графические материалы
8	Характеристика современного фармацевтического рынка, анализ рынка. Оценка конкурентной среды	Проблемное обучение	Ситуационная задача, практическая задача
		Лекционно-семинарская система	Опрос, графические материалы
9	Контрольная работа	Проблемное обучение	Ситуационная задача, практическая задача, тестовые задания (собеседование, контрольная работа)

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Маркетинг / под редакцией И. В. Липсица. – Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2012. – 576 с. – ISBN 978-5-9704-2112-3. – URL: <http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970421123.html>. – Текст: электронный (дата обращения: 15.03.2025).
2. Управление и экономика фармации : учебник / под редакцией И. А. Наркевича. – Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2019. – 928 с. – URL: <http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970452288.html>. – Текст: электронный (дата обращения: 15.03.2025).
3. Фармацевтический маркетинг : учебник / под ред. И. А. Наркевича, О. Д. Немятых. – Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2023. – 624 с. – ISBN 978-5-9704-7568-3, DOI: 10.33029/9704-7568-3-FMN-2023-1-624. – Электронная версия доступна на сайте ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970475683.html> (дата обращения: 15.03.2025).
4. Шевченко, Д. А. Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций : учебник / Д. А. Шевченко. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2022. – 268 с. – ISBN 978-5-4499-3057-6. – Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. – URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785449930576.html> (дата обращения: 15.03.2025).
5. Шульц, Э. Э. Основы маркетинга : учебник / Э. Э. Шульц. – Москва : Проспект, 2022. – 192 с. – ISBN 978-5-392-35655-3. – Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. – URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392356553.html> (дата обращения: 15.03.2025).

7. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания.	Утверждено ЦМС ФГБОУ ВО ВГМУ им. Н.Н. Бурденко Минздрава России
1	–	–	–	–

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1) Электронное и дистанционное обучение ВГМУ им. Н.Н. Бурденко – <http://moodle.vrngmu.ru/>
- 2) МТС-Линк Российская экосистема сервисов для бизнес-коммуникаций и совместной работы (Платформа для проведения вебинаров и создания онлайн-курсов) – <https://mts-link.ru/> (при необходимости)
- 3) Информационный сервис East View – <https://dlib.eastview.com/basic/details>
- 4) Электронно-библиотечная система «Консультант студента» – <http://www.studmedlib.ru/>
- 5) Электронно-библиотечная система «Консультант врача» – <http://www.rosmedlib.ru/>
- 6) Электронно-библиотечная система «Book-up» – <http://www.books-up.ru/>
- 7) Электронно-библиотечная система издательства «Лань» – <http://www.e.lanbook.com/>
- 8) Электронная библиотека ВГМУ им. Н.Н. Бурденко – <http://www.lib.vrngmu.ru/>

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Освоение дисциплины «Фармацевтический маркетинг» предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных систем:

- 1) Файловый архиватор 7z. Свободно распространяемое ПО
- 2) Браузеры Google Chrome, Opera. Свободно распространяемое ПО
- 3) Программа просмотра файлов формата RPD Adobe Acrobat Reader DC. Свободно распространяемое ПО
- 4) Редактор диаграмм, схем, блок-схем, UML-схем Dia 0.97.2. Свободно распространяемое ПО

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Перечень оборудования

Перечень оборудования	Количество
оборудование Учебной аптеки кафедры	
стол для преподавателей	1
столы учебные	5
стулья	5
шкаф для документов	4
шкаф для медикаментов	1
шкаф металлический	1
холодильник фармацевтический	1
комплект аптечных витрин открытого и закрытого типа	1
стойка для компьютера	1
компьютеры	1
принтер этикеток	1
сканер для штрих-кодов	1
гигрометр	1
стенд информационный	1
жалюзи	1
Другое Комплекты справочной и нормативной документации Образцы товаров аптечного ассортимента: лекарственные препараты, медицинские изделия, дезинфицирующие средства, предметы и средства личной гигиены, посуда для медицинских целей, предметы и средства, предназначенные для ухода за больными, новорожденными и детьми, не достигшими возраста трех лет, очковая оптика и средства ухода за ней, минеральные воды, продукты лечебного, детского и диетического питания, биологически активные добавки, парфюмерные и косметические средства	