

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Медицинский институт
Кафедра биохимии и фармакологии

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Н. И. Воронин
«22» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.О.33 Медицинское и фармацевтическое товароведение

Направление подготовки/специальность: 33.05.01 - Фармация

Профиль/направленность/специализация:

Уровень высшего образования: специалитет

Квалификация: Провизор

год набора: 2023

Тамбов, 2024

Авторы программы:

Кандидат химических наук, доцент Синютина Светлана Евгеньевна

Бовинова Анна Александровна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 33.05.01 - Фармация (уровень специалитета) (приказ Министерства образования и науки РФ от «27» марта 2018 г. № 219).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры биохимии и фармакологии «16» июня 2023 г. Протокол № 8

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Медицинского института, Протокол от «22» июня 2023 г. № 4.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Специалитета.....	6
3. Объем и содержание дисциплины.....	7
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	15
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	21
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	23
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	24

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-3 Способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств

ПК-2 Способен решать задачи профессиональной деятельности при осуществлении отпуска и реализации лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации

ПК-5 Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- организационно-управленческий
- фармацевтический
- экспертно-аналитический

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сферах: 02 Здравоохранение (в сфере обращения лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента), 07 Административно-управленческая и офисная деятельность (в сфере обращения лекарственных средств)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-2 Способен решать задачи профессиональной деятельности при осуществлении отпуска и реализации лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации	Реализует и отпускает лекарственные препараты для медицинского применения и другие товары аптечного ассортимента физическим лицам, а также отпускает их в подразделения медицинских организаций, контролируя соблюдение порядка отпуска лекарственных препаратов для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента
	ПК-5 Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации	Проводит товароведческий анализ фармацевтических, медицинских товаров и изделий медицинской техники и иных фармацевтических товаров. Анализирует нормативно-правовую документацию, регламентирующую порядок работы аптеки по приему рецептов и требований лечебно-профилактических учреждений

	ОПК-3 Способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств	Использует основы экономических и правовых знаний в профессиональной деятельности, рассчитывает отдельные экономические показатели, анализирует финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере
--	---	---

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ОПК-3 Способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения							
		Очная (семестр)							
		1	3	5	6	7	8	9	10
1	Введение в специальность	+							
2	Основы государственной регистрации лекарственных препаратов								+
3	Правовые основы деятельности провизора		+						
4	Практика по общей фармацевтической технологии						+		
5	Практика по управлению и экономике фармацевтических организаций								+
6	Практика по фармацевтическому консультированию и информированию								+
7	Управление и экономика фармации					+	+	+	
8	Фармацевтическая технология			+	+				
9	Экономика здравоохранения		+						

ПК-2 Способен решать задачи профессиональной деятельности при осуществлении отпуска и реализации лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения				
		Очная (семестр)				
		2	7	8	9	10
1	Латинский язык	+				
2	Маркетинг в фармации				+	
3	Основы фармакоэкономики		+			
4	Практика по управлению и экономике фармацевтических организаций					+
5	Система обращения биологически активных добавок		+			
6	Управление и экономика фармации		+	+	+	

ПК-5 Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Очная (семестр)			
		7	8	9	10
1	Маркетинг в фармации			+	
2	Основы фармакоэкономики	+			
3	Практика по контролю качества лекарственных средств			+	
4	Практика по управлению и экономике фармацевтических организаций				+
5	Система обращения биологически активных добавок	+			
6	Управление и экономика фармации	+	+	+	

2. Место дисциплины в структуре ОП специалиста:

Дисциплина «Медицинское и фармацевтическое товароведение» относится к обязательной части учебного плана ОП по направлению подготовки 33.05.01 - Фармация.

Дисциплина «Медицинское и фармацевтическое товароведение» изучается в 7, 8 семестрах.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 8 з.е.

Очная: 8 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	288
Контактная работа	108
Лекции (Лекции)	40
Практические (Практ. раб.)	68
Самостоятельная работа (СР)	108
Экзамен	72

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лек ции	Пра кт. раб.	СР	
		О	О	О	
7 семестр					
1	Общее товароведение	8	17	30	Коллоквиум; Тестирование
2	Медицинское товароведение	8	15	30	Коллоквиум; Тестирование
8 семестр					
3	Фармацевтическое товароведение	12	18	24	Коллоквиум; Тестирование
4	Маркетинговые исследования медицинских и фармацевтических товаров	12	18	24	Коллоквиум; Тестирование

Тема 1. Общее товароведение (ОПК-3)

Лекция.

Лекция. Введение в товароведение.

Исторические этапы развития медицинского и фармацевтического товароведения. Товароведение как наука. Предмет и задачи медицинского и фармацевтического товароведения. Основные этапы становления и развития медицинского инструментария.

Основы товароведения. Основные понятия, термины и определения. Основы товароведческого анализа. Цели задачи и функции товароведческого анализа. Особенности товароведческого анализа медицинских и фармацевтических товаров.

Лекция. Классификация и кодирование.

Классификация и кодирование медицинских и фармацевтических товаров. Государственная система стандартизации. Основные положения государственной системы стандартизации. Классификация.

Лекция. Товар, потребительные стоимости.

Определение и классификация товара. Основные характеристики товара. Потребительские свойства товара. Товароведческие характеристики. Факторы, сохраняющие потребительские свойства и качество товаров. Упаковка, маркировка товаров.

Лекция. Формирование и сохранение потребительских свойств товаров.

Факторы, влияющие на формирование и сохранение потребительских свойств медицинских и фармацевтических товаров. Хранение и транспортирование товаров медицинского назначения на всех этапах товародвижения.

Лекция. Основы товароведческого анализа.

Основные понятия, цели, задачи и принципы товароведческого анализа. Виды товароведческого анализа. Организация проведения товароведческого анализа. Схемы товароведческого анализа медицинских и фармацевтических товаров. Характеристики качества товаров, используемые при проведении товароведческого анализа.

Практическое занятие.

Практическое занятие 1.

1. Классификация. Общие принципы, признаки и правила классификации. Виды классификаторов. Кодирование медицинских и фармацевтических товаров. Структура кода. Штриховое кодирование. Назначение, правила размещения и считывания штрихового кода. Работа со справочной литературой, нормативно-технической документацией.

2. Тестирование

Практическое занятие 2.

1. Основные виды стандартов, стандарты на продукцию. Принципы стандартизации. Нормативно-техническая документация на медицинские и фармацевтические товары. Стандарт качества лекарственных средств. Структура государственной фармакопеи X, XI, XIII изданий. Временные фармацевтические статьи, фармацевтические статьи предприятий. Правила государственной регистрации лекарственных средств. Сертификация, правила проведения сертификации. Государственный контроль и надзор за соблюдением требований государственных стандартов. Система управления качеством. Метрология, единство измерений.

2. Тестирование.

Практическое занятие 3.

1. Группы товаров индивидуального (широкого) потребления и производственного (промышленного) назначения. Классификация товаров индивидуального потребления. Номенклатура потребительских свойств и показателей качества товара. Потребительские свойства полезного эффекта товара. Основополагающие товароведческие характеристики товара.

2. Тестирование.

3. Коллоквиум.

Задания для самостоятельной работы.

1. Составьте и изучите конспект лекций по разделу.

2. Ответьте на вопросы:

1) Дайте определение товароведения и сравните его с определением маркетинга. В чем их сходство и различие?

2) Что является объектом товароведения и маркетинга?

3) Кто является субъектами товароведения и маркетинга?

4) Когда и где впервые начали преподавать товароведение растительных и животных материалов?

5) Охарактеризуйте основные периоды развития товароведения.

6) Какова особенность развития медицинского и фармацевтического товароведения в нашей стране?

7). В чем отличие потребительной стоимости товара и потребительных свойств товара?

8) В чем отличие потребительной стоимости товара от его цены?

9) Перечислите виды потребительной стоимости товара.

10) Какой аспект качества товара изучается в товароведении?

11) Какие документы регламентируют уровень качества медицинских и фармацевтических товаров?

12) Знания каких дисциплин, изучаемых Вами, необходимы для освоения медицинского и фармацевтического товароведения?

13) Перечислите основные потребительные свойства товаров медицинского назначения.

14) Что характеризуют основные потребительные свойства товаров медицинского назначения?

15) Существует ли четкое деление товаров на медицинские и фармацевтические

Тема 2. Медицинское товароведение (ОПК-3)

Лекция.

Лекция. Изделия медицинского назначения.

Медицинские изделия. Классификация, обращение медицинских изделий. Лекарственные средства.

Лекция. Ассортимент медицинских и фармацевтических товаров.

Ассортимент медицинских и фармацевтических товаров. Анализ ассортимента: широта, полнота, глубина, устойчивость, индекс обновления. Факторы формирования ассортимента. Изделия медицинского назначения (медицинская техника).

Лекция. Современный фармацевтический рынок парафармацевтической продукции.

Средства по уходу за полостью рта. Определения и понятия парафармацевтической продукции. Классификация, ассортимент. Развитие российского фармацевтического рынка. Техническое регулирование. Структура технических регламентов.

Лекция. Парафармацевтическая продукция: БАД ? биологически активные добавки к пище.

Рынок биологически активных добавок в Евразийском Экономическом Союзе и его регулирование. Интеграция на постсоветском пространстве. Парафармацевтическая продукция: Минеральные воды. Виды классификаций минеральных и минерализованных вод. Ассортимент. Нормативно-правовая база, регулирующая обращение минеральных вод. Методы оценки качества. Правила приема минеральных вод.

Практическое занятие.

Практическое занятие 1.

1. Функции упаковки. Классификация и основные требования к упаковке. Основные виды упаковок. Классификация упаковки по назначению, по признаку применения, по составу. Тара. Классификация тары и упаковочных средств. Требования к упаковочным материалам. Совершенствование и перспективы создания новых видов упаковки. Экологические аспекты упаковки. Недобросовестная конкуренция. Маркировка медицинских и фармацевтических товаров. Товарные знаки предприятия изготовителя.

2. Тестирование.

Практическое занятие 2.

Основные понятия процесса хранения. Условия и режимы хранения. Общие требования к устройству и эксплуатации помещений для хранения. Основные факторы внешней среды, влияющие на качество товара. Основные принципы и правила хранения лекарственных средств. Особенности хранения готовых лекарственных форм, лекарственного растительного сырья, дезинфицирующих средств. Хранение лекарственных средств, обладающих огнеопасными, взрывоопасными свойствами. Хранение лекарственных средств, требующих защиты от влияния повышенной температуры. Хранение лекарственных средств и изделий медицинского назначения от попадания прямых солнечных лучей или других источников света. Хранение изделий медицинского назначения. Общие правила подготовки лекарственных средств и изделий медицинского назначения к использованию после хранения.

Практическое занятие 3.

Идентификация товара. Выбор потребительских свойств и показателей для их оценки. Основные этапы товароведческого анализа. Определения соответствия фактических значений показателей установленным в нормативно-технической документации требованиям. Анализ и оценка полученных данных для составления заключений или рекомендаций. Виды товароведческого анализа. Трехэтапный процесс проведения товароведческого анализа. Отбор проб, составление актов. Оценка полученных результатов. Акт экспертизы, протокол испытаний. Идентификация и фальсификация товаров. Упрощенные методы товароведческого анализа. Примерные схемы товароведческого анализа лекарственных средств и изделий медицинского назначения. Правила отпуска из аптек. Закрепление и оценка знаний студентов по темам: "Классификация и кодирование медицинских и фармацевтических товаров", "Тара, упаковка и маркировка", "Анализ ассортимента медицинских и фармацевтических товаров", "Хранение различных групп медицинских товаров".

Практическое занятие 4.

1. Обращение продукции на территории таможенного союза. Оценка качества. Сопроводительная, нормативная, эксплуатационная документация. Государственная регистрация. Регистрационные удостоверения, сроки действия. Классификация и кодирование медицинской техники. Поверка средств измерений. Виды поверки, условия осуществления. Результат поверки. Правила подтверждения соответствия. Факторы, сохраняющие качество медицинских изделий: упаковка, маркировка, хранение. Правила реализации. Государственный контроль обращения изделий. Мониторинг безопасности.

2. Коллоквиум.

Практическое занятие 5.

1. Обращение лекарственных средств. Основные справочные издания по ассортименту лекарственных средств. Нормативно-правовая база. Тенденция роста продаж дженериков. Перспективы производства инновационных средств. Товарная информация, виды товарной информации. Требования к товарной информации. Средства товарной информации. Требования к маркировке. Товароведческий анализ лекарственных средств различных фармакотерапевтических групп. Особенности товароведческого анализа лекарственных средств различных фармакотерапевтических групп. Определение классификационной группировки. Определение товарного наименования и вида. Определение кода или номенклатурного номера. Оценка внешнего вида тары и упаковки лекарственного препарата. Выбор места хранения лекарственного препарата. Соответствие тары и упаковки основной нормативной документации на лекарственное средство. Товароведческий анализ иммунобиологических препаратов. Особенности товароведческого анализа иммунобиологических препаратов. "Холодовая цепь". Основные компоненты "холодовой цепи". Оборудование, требования к оборудованию. Санитарно-эпидемиологические правила. Требования к температурному режиму транспортирования; к оборудованию для "холодовой цепи" и для транспортирования.

2. Тестирование.

Задания для самостоятельной работы.

1. Составьте и изучите конспект лекций по разделу.
2. Ответьте на вопросы:
 - 1) В чем основное отличие качественных и количественных методов анализа?
 - 2) Назовите методы научного познания, применяемые в товароведении.
 - 3) Какие методы используются в практической товароведной деятельности?
 - 4) Какие виды измерений вы знаете?
 - 5) Как представляют изучаемые зависимости?
 - 6) Какие типы шкал вы знаете, приведите примеры.
 - 7) Какие методы применяют при проведении товароведческого анализа?
 - 8) В чем сущность органолептического метода анализа?
 - 9) Почему чаще всего в товароведческом анализе применяют органолептический метод?
 - 10) Какие методы применяют в маркетинговом анализе?
 - 11) Почему целесообразно применять метод ранжирования при проведении маркетингового анализа?
 - 12) Какова конечная цель маркетингового анализа?

- 13) В чем сущность метода экспертных оценок?
- 14) Как оценивают компетентность экспертов?
- 15) В чем сущность метода расстановки приоритетов?
- 16) Сформулируйте правило Парето?
- 17) С какой целью применяют метод ABC-анализа, в чем его сущность?
- 18) С какой целью применяют метод VEN-анализа и в чем его сущность?
- 19) В чем сущность фармакоэкономического анализа?
- 20) Какие методы фармакоэкономического анализа вы знаете?
- 21) Какие методы применяют при анализе маркетинговой среды фармацевтической организации?
- 22) В чем сущность метода STEP-анализа?
- 23) В чем сущность метода SWOT-анализа?
- 24) В чем сущность метода анкетирования?
- 25) С какой целью при анализе потребителя применяют метод анкетирования?
- 26) В каких случаях целесообразно анкетирование?
- 27) Какова цель анкетирования?
- 28) Какие виды опроса вы знаете?
- 29) Из каких основных частей состоит анкета?
- 30) Что подразумевают под объемом выборки?
- 31) С какой целью определяют репрезентативность объема выборки?
- 32) Чем отличается выборка от генеральной совокупности?

Тема 3. Фармацевтическое товароведение (ПК-2)

Лекция.

Лекция. Специализированные продукты питания: пищевая продукция диетического лечебного и диетического профилактического питания. Питание для спортсменов. Пищевая продукция диетического лечебного и диетического профилактического питания. Питание для спортсменов. Классификация. Требования безопасности. Организация работы с отечественными и зарубежными поставщиками.

Лекция. Специализированные продукты питания: питание для беременных и кормящих. Детское питание. Питание для беременных и кормящих. Форма оценки соответствия. Государственная регистрация. Нормативно-правовая база обращения на рынке.

Лекция. Маркетинг в товароведении. Основы маркетинговых исследований в медицине и фармации. Основные определения и понятия. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований.

Практическое занятие.

Практическое занятие 1.

1. Ассортимент медицинских и фармацевтических товаров. Анализ ассортимента: широта, полнота, глубина, устойчивость, индекс обновления. Товары медицинского назначения, их свойства. Товароведческий анализ врабно-диагностических приборов и аппаратов. Профессиональная и бытовая техника на примерах тонометров, термометров, небулайзеров. Виды, принцип работы. Определение классификационной группировки. Определение товарного наименования и вида. Определение кода или номенклатурного номера. Оценка внешнего вида упаковки. Выбор места хранения. Сопроводительная документация. Гарантийные сроки.

2. Тестирование.

Практическое занятие 2.

1. Обращение продукции на территории таможенного союза. Оценка качества. Сопроводительная, нормативная, эксплуатационная документация. Государственная регистрация. Регистрационные удостоверения, сроки действия. Классификация и кодирование медицинской техники. Поверка средств измерений. Виды поверки, условия осуществления. Результат поверки. Правила подтверждения соответствия. Факторы, сохраняющие качество медицинских изделий: упаковка, маркировка, хранение. Правила реализации. Государственный контроль обращения изделий. Мониторинг безопасности.

2. Тестирование.

Практическое занятие 3.

1. Парфюмерно-косметические товары. Ассортимент средств по уходу за зубами и полостью рта. Зубные пасты, щетки, зубные нити, флоссы; ополаскиватели и эликсиры. Правила продажи. Технический регламент единых обязательных для применения и исполнения требований. Навигатор требований. Обязательные и дополнительные элементы маркировки. Язык маркировки. Единый знак обращения продукции на рынке государств-членов Таможенного союза. Государственная регистрация. Особенности товароведческого анализа средств по уходу за полостью рта. Определение классификационной группировки. Определение товарного наименования и вида. Определение кода или номенклатурного номера. Оценка внешнего вида тары, упаковки, маркировки. Соответствие тары, упаковки, маркировки основной нормативной документации. Выбор места хранения.

2. Тестирование.

Практическое занятие 4.

Законодательство ЕАЭС, национальное законодательство. Технические регламенты в области обращения биологически активных добавок. Регистрация биологически активных добавок. Правила обращения на рынке. Особенности товароведческого анализа товаров аптечного ассортимента: биологически активных добавок. Определение классификационной группировки. Определение товарного наименования и вида. Определение кода или номенклатурного номера. Оценка внешнего вида тары, упаковки, маркировки. Соответствие упаковки, маркировки требованиям технических регламентов. Выбор места хранения.

Практическое занятие 5.

1. Особенности обращения на территории таможенного союза. Переходный период. Правила обращения на рынке. Обязательное подтверждение соответствия. Товароведческий анализ минеральных вод. Определение классификационной группировки. Определение товарного наименования и вида. Определение кода или номенклатурного номера. Технические регламенты в области обращения минеральных и питьевых вод. Оценка внешнего вида тары, упаковки и маркировки минеральных вод. Соответствие тары, упаковки и маркировки требованиям технических регламентов. Выбор места хранения.

2. Коллоквиум.

Задания для самостоятельной работы.

1. Составьте и изучите конспект лекций по разделу.

2. Ответьте на вопросы:

- 1) Какие упаковочные материалы используются в фармации? Дайте им краткую характеристику.
- 2) Какие требования предъявляют к упаковочным материалам?
- 3) Дайте определение упаковке. Из каких элементов она состоит?
- 4) Дайте характеристику первичной, вторичной и транспортной таре. Приведите примеры использования этих видов тары.
- 5) Какие ограничения существуют в отношении пластмассовой тары?
- 6) Изложите требования к потребительным свойствам упаковок, обратив особое внимание на индивидуальную упаковку.
- 7) Какие укупорочные средства используются в упаковке лекарственных препаратов?
- 8) На что необходимо обращать внимание при выборе упаковочных материалов и упаковок?
- 9) Каковы перспективы в создании новых видов упаковок?
- 10) Что понимается под безопасностью товаров медицинского назначения?
- 11) Назовите причины, приводящие к появлению лекарственных средств со скрытым браком и меры по предупреждению этого явления.
- 12) Что понимается под фальсификацией товаров медицинского назначения?
- 13) Дайте определение фальсифицированному лекарственному средству.
- 14) Какие лекарственные препараты подвергаются фальсификации?
- 15) Какие существуют разновидности фальсификации лекарственных средств?
- 16) Назовите факторы, способствующие фальсификации лекарственных средств.

- 17) По каким товароведческим элементам наиболее часто выявляются фальсифицированные лекарственные препараты?
- 18) Какими документами и организациями регулируется безопасность фармацевтических товаров?
- 19) В каких случаях используются термины «товароведческий анализ» и «товарная экспертиза»?
- 20) Дайте определение товароведческого анализа и укажите его функцию, цели и задачи.
- 21) Из каких этапов состоит товароведческий анализ?
- 22) В каких случаях прибегают к помощи специалистов-экспертов?
- 23) В каких случаях проводятся лабораторные испытания товаров?
- 24) Какие требования предъявляются к товарам медицинского назначения?
- 25) Какие основные виды свойств материалов обуславливают потребительные свойства товаров медицинского назначения? Дайте характеристику свойств, входящих в эти виды.

Тема 4. Маркетинговые исследования медицинских и фармацевтических товаров (ПК-5)

Лекция.

Лекция. Маркетинговые исследования. План маркетинговых исследований. Методы, используемые при проведении маркетинговых исследований. Планирование маркетинговых исследований в области здравоохранения.

Лекция. Методы, используемые при проведении маркетинговых исследований. Метод экспертных оценок. Метод расстановки приоритетов. Метод группировки. Фармакоэкономический анализ.

Лекция. Составление плана маркетинговых исследований медицинских и фармацевтических товаров: ситуационный анализ, маркетинговый синтез, стратегическое и тактическое планирование, маркетинговый контроль.

Лекция. Работа со статистической, нормативно-технической, справочной литературой при проведении ситуационного анализа. Сегментирование рынка медицинских и фармацевтических товаров. Определение фазы жизненного цикла товара.

Практическое занятие.

Практическое занятие 1.

1. Обращение на территории таможенного союза. Переходный период. Подтверждение соответствия. Особенности товароведческого анализа продукции диетического лечебного и диетического профилактического питания. Определение классификационной группировки. Определение товарного наименования и вида. Определение кода или номенклатурного номера. Оценка внешнего вида упаковки, маркировки. Соответствие упаковки, маркировки требованиям технических регламентов. Выбор места хранения. Обращение на территории таможенного союза. Переходный период. Подтверждение соответствия. Особенности товароведческого анализа питания для спортсменов. Определение классификационной группировки. Определение товарного наименования и вида. Определение кода или номенклатурного номера. Оценка внешнего вида упаковки, маркировки. Соответствие упаковки, маркировки требованиям технических регламентов. Выбор места хранения. Фирмы-производители медицинских и фармацевтических товаров. Способы безналичных расчетов. Этапы процедуры выбора поставщика. Виды договоров, функции, условия договора. Порядок заключения договоров.

2. Тестирование.

Практическое занятие 2.

1. Обращение на территории таможенного союза. Переходный период. Правила обращения на рынке. Требования к безопасности. Обязательное подтверждение соответствия. Особенности товароведческого анализа товаров детского ассортимента. Определение классификационной группировки. Определение товарного наименования и вида. Определение кода или номенклатурного номера. Оценка внешнего вида тары и упаковки. Соответствие упаковки, маркировки требованиям технических регламентов. Выбор места хранения. Обращение на территории таможенного союза. Переходный период Особенности товароведческого анализа товаров для беременных и кормящих. Определение классификационной группировки. Определение товарного наименования и вида. Определение кода или номенклатурного номера. Оценка внешнего вида упаковки. Соответствие упаковки, маркировки требованиям технических регламентов. Выбор места хранения.

2. Тестирование.

Практическое занятие 3.

Базовые категории маркетинга. Современные концепции фармацевтического маркетинга. Мерчандайзинг - направление маркетинговой деятельности. Правила и принципы мерчандайзинга. Требования к организационной системе аптек продаж. Внутренняя среда аптеки: оформление торгового зала. Слагаемые атмосферы: свет, цвет, температура, музыка. Оформление витрин, выкладка товара. Приемы рекламно-информационной выкладки товара, нормативно-правовая база.

Практическое занятие 4.

1. Методы, используемые при проведении маркетинговых исследований. Метод экспертных оценок. Метод расстановки приоритетов. Метод группировки. Фармакоэкономический анализ. Позиционирование медицинских и фармацевтических товаров. Оценка конкурентоспособности. Маркетинговое исследование различных групп потребителей. Характеристики потребителей, личные факторы, психологические факторы. Модель потребительского поведения на фармацевтическом рынке. Влияние характеристик товара. Маркетинговые коммуникации. Модель процесса коммуникации. Элементы маркетинговых коммуникаций. Общие подходы к составлению плана маркетинговых исследований медицинских и фармацевтических товаров. Этапы проведения исследований. Составление плана маркетинговых исследований медицинских и фармацевтических товаров: ситуационный анализ, маркетинговый синтез, стратегическое и тактическое планирование, маркетинговый контроль. Работа со статистической, нормативно-технической, справочной литературой при проведении ситуационного анализа. Сегментирование рынка медицинских и фармацевтических товаров. Определение фазы жизненного цикла товара.

2. Коллоквиум.

Задания для самостоятельной работы.

1. Составьте и изучите конспект лекций по разделу.
2. Ответьте на вопросы:
 - 1) В чем сходство и отличие маркетинга от товароведения?
 - 2) В чем существенное отличие таких понятий, как нужда, потребность и спрос в фармацевтическом маркетинге?
 - 3) Каковы цели маркетинга в фармации?
 - 4) Каковы основные задачи маркетинга в фармации?
 - 5) Какие функции маркетинговых исследований вы можете назвать?
 - 6) Какие виды маркетинговых исследований вы знаете? В чем их различие?
 - 7) В чем основные отличия маркетинговых исследований в фармации, от маркетинга в других отраслях народного хозяйства?
 - 8) По каким основным видам медицинских и фармацевтических товаров необходимо проводить маркетинговые исследования в оптовом или розничном аптечном звене?
 - 9) По каким составляющим проводятся маркетинговые исследования макросреды?
 - 10) По каким составляющим проводятся маркетинговые исследования микросреды?
 - 11) По каким составляющим проводятся маркетинговые исследования внутренней среды?
 - 12) Какие методы используются при проведении маркетинговых исследований? В чем их сущность?
 - 13) Для чего проводится математическая обработка результатов маркетинговых исследований?
 - 14) На основании чего разрабатывается стратегия и тактика маркетинга?

- 15) Каковы основные этапы маркетинговых исследований? Дайте развернутый план ситуационного анализа.
- 16) Перечислите источники информации, используемые при маркетинговых исследованиях в здравоохранении и классифицируйте их.
- 17) Приведите схему маркетингового исследования и опишите более подробно этап анализа ситуации.
- 18) В чем сущность метода STEP-анализа и его качественной и количественной интерпретации?
- 19) В чем сущность метода SWOT-анализа и его качественной и количественной интерпретации?
- 20) Дайте ваше понимание процесса сегментирования и перечислите признаки, по которым проводят сегментирование лекарственных препаратов.
- 21) Дайте ваше понимание процесса сегментирования рынка и требования к характеристикам сегмента.
- 22) Дайте ваше понимание процесса сегментирования рынка и критериям выбора сегмента.
- 23) Приведите схему простого многофакторного сегментирования. По каким факторам вы бы проводили сегментирование при маркетинговых исследованиях лекарственного препарата для детей?
- 24) Дайте ваше понимание процессу позиционирования и перечислите признаки, по которым проводят позиционирование лекарственных препаратов.
- 25) Что такое жизненный цикл товара?
- 26) Какие фазы жизненного цикла лекарственных препаратов вы знаете?
- 27) Как влияет фаза жизненного цикла товара на стратегию маркетинга?
- 28) Перечислите виды маркетинговой стратегии в зависимости от объекта исследования.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

7 семестр

- текущий контроль – 50 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Общее товароведение	Коллоквиум(контрольный срез)	10	За коллоквиум начисляется 10 баллов. Коллоквиум включает в себя письменный ответ на 2 предварительно определенных вопроса из перечня вопросов, выданных заранее для подготовки студента. На подготовку к ответу на коллоквиум дается 30 минут. 5 баллов – студент на вопрос дал развернутый полный и правильный ответ; 4 балла – студент при ответе на вопрос допустил неточность; 3 балла – студент при ответе на вопрос допустил не более одной ошибки; 2 балла – студент в ответе на вопрос допустил две ошибки; 1 балл – студент в ответе на вопрос допустил более двух ошибок; 0 баллов – студент дал неправильный ответ на вопрос / отказ от ответа на вопрос
		Тестирование	30	3 теста по 10 баллов. В тест входит 10 заданий. За каждый правильный ответ студент получает 1 балл.

2.	Медицинское товароведение	Коллоквиум(контрольный срез)	10	За коллоквиум начисляется 10 баллов. Коллоквиум включает в себя письменный ответ на 2 предварительно определенных вопроса из перечня вопросов, выданных заранее для подготовки студента. На подготовку к ответу на коллоквиум дается 30 минут. 5 баллов – студент на вопрос дал развернутый полный и правильный ответ; 4 балла – студент при ответе на вопрос допустил неточность; 3 балла – студент при ответе на вопрос допустил не более одной ошибки; 2 балла – студент в ответе на вопрос допустил две ошибки; 1 балл – студент в ответе на вопрос допустил более двух ошибок; 0 баллов – студент дал неправильный ответ на вопрос / отказ от ответа на вопрос
		Тестирование	20	2 теста по 10 баллов. В тест входит 10 заданий. За каждый правильный ответ студент получает 1 балл.
3.	Ответ на экзамене		30	0 баллов – неправильные ответы на все вопросы билета (оценка «неудовлетворительно») / отказ от ответа на билет; 1-14 баллов – студент допустил в ответах на вопросы билета грубые ошибки и множественные неточности (оценка «неудовлетворительно»); 15 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно»; 16-24 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо»; 25-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично»
4.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		10	Ответ на один из вопросов дополнительного экзаменационного билета
5.	Итого за семестр		100	

8 семестр

- текущий контроль – 50 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мак. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Фармацевтическое товароведение	Коллоквиум(контрольный срез)	10	За коллоквиум начисляется 10 баллов. Коллоквиум включает в себя письменный ответ на 2 предварительно определенных вопроса из перечня вопросов, выданных заранее для подготовки студента. На подготовку к ответу на коллоквиум дается 30 минут. 5 баллов – студент на вопрос дал развернутый полный и правильный ответ; 4 балла – студент при ответе на вопрос допустил неточность; 3 балла – студент при ответе на вопрос допустил не более одной ошибки; 2 балла – студент в ответе на вопрос допустил две ошибки; 1 балл – студент в ответе на вопрос допустил более двух ошибок; 0 баллов – студент дал неправильный ответ на вопрос / отказ от ответа на вопрос
		Тестирование	30	3 теста по 10 баллов. В тест входит 10 заданий. За каждый правильный ответ студент получает 1 балл.

2.	Маркетинговые исследования медицинских и фармацевтических товаров	Коллоквиум(контрольный срез)	10	За colloквиум начисляется 10 баллов. Коллоквиум включает в себя письменный ответ на 2 предварительно определенных вопроса из перечня вопросов, выданных заранее для подготовки студента. На подготовку к ответу на colloквиум дается 30 минут. 5 баллов – студент на вопрос дал развернутый полный и правильный ответ; 4 балла – студент при ответе на вопрос допустил неточность; 3 балла – студент при ответе на вопрос допустил не более одной ошибки; 2 балла – студент в ответе на вопрос допустил две ошибки; 1 балл – студент в ответе на вопрос допустил более двух ошибок; 0 баллов – студент дал неправильный ответ на вопрос / отказ от ответа на вопрос
		Тестирование	20	2 теста по 10 баллов. В тест входит 10 заданий. За каждый правильный ответ студент получает 1 балл.
3.	Ответ на экзамене		30	0 баллов – неправильные ответы на все вопросы билета (оценка «неудовлетворительно») / отказ от ответа на билет; 1-14 баллов – студент допустил в ответах на вопросы билета грубые ошибки и множественные неточности (оценка «неудовлетворительно»); 15 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно»; 16-24 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо»; 25-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично»
4.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		10	Ответ на один из вопросов дополнительного экзаменационного билета
5.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по экзамену выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Коллоквиум

Тема 4. Маркетинговые исследования медицинских и фармацевтических товаров

1. Медицинское и фармацевтическое товароведение как самостоятельная наука.
2. Предмет и задачи медицинского и фармацевтического товароведения (МФТ).
3. Правила классификации.
4. Сущность классификации мед. и фарм. товаров.
5. Сущность и основные задачи стандартизации.
6. Категории и виды стандартизации.
7. Ассортимент: виды, показатели. Потребительские свойства.

8. Качество, методы определения показателей качества.
9. Требования к сертификации различных групп медицинских и фармацевтических товаров.
10. Факторы, сохраняющие потребительские свойства товаров.
11. Правила хранения медицинских и фармацевтических товаров в зависимости от физико-химических свойств, токсичности, фармакологического признака и способа применения.
12. Характеристика и классификация лекарственных препаратов.
13. Сертификация лекарственных препаратов.
14. Особенности хранения и использования лекарственных препаратов.
15. Характеристика и классификация биологически активных добавок и натурпродуктов.
16. Сертификация БАД и натурпродуктов.
17. Характеристика и классификация методов маркетинговых исследований.
18. Выбор оптимального метода для фармацевтических организаций.
19. Сегментирование и позиционирование медицинских и фармацевтических товаров по различным параметрам.
20. Жизненный цикл медицинских и фармацевтических товаров.

Тестирование

Тема 4. Маркетинговые исследования медицинских и фармацевтических товаров

1. Разделение множества объектов на подмножества по их сходству или различию называют:

- А) классификация;
- Б) построение;
- В) стандартизация;
- Г) спецификация;
- Д) универсализация.

2. Видами классификации по классификационным группировкам являются:

- А) иерархическая;
- Б) видовая;
- В) отраслевая;
- Г) рабочая;
- Д) профессиональная.

3. Видами классификации по классификационным группировкам являются:

- А) фасетная;
- Б) видовая;
- В) отраслевая;
- Г) рабочая;
- Д) профессиональная.

4. Методом последовательного разделения множества объектов на подчиненные подмножества является:

- А) иерархическая;
- Б) фасетная;
- В) смешанная;
- Г) стандартная;
- Д) универсальная.

5. При иерархическом методе кодирования используется метод классификации:

- А) последовательный;
- Б) параллельный;
- В) независимый;
- Г) учебный;

Д) социальный.

6. Методом параллельного деления множества объектов на независимые подмножества является:

- А) фасетная;
- Б) иерархическая;
- В) смешанная;
- Г) стандартная;
- Д) универсальная.

7. Подмножества, полученные путем деления множества объектов называется:

- А) классификационные группировки;
- Б) фармакологические группы;
- В) промышленные группировки;
- Г) региональные группировки;
- Д) социальные группировки.

8. Принцип построения классификаторов в здравоохранении "от общего к частному" называется методом:

- А) иерархическим;
- Б) фасетным;
- В) отраслевым;
- Г) штриховым;
- Д) смешанным.

9. Правилom построения иерархической классификации является деление множества на подмножества на каждом уровне при иерархическом методе:

- А) по одному признаку деления;
- Б) по двум признакам деления;
- В) по трем признакам деления;
- Г) по четырем признакам деления;
- Д) по десяти признакам деления.

10. Получаемые в результате деления группировки на каждом уровне при иерархическом методе относятся к:

- А) одной вышестоящей группировке;
- Б) нескольким;
- В) повторяющимся группировкам;
- Г) разноуровневым группировкам;
- Д) независимы.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

Типовые вопросы экзамена (ПК-2, ПК-5, ОПК-3)

7 семестр

Типовые вопросы экзамена

1. Основы товароведения. Предмет и методы медицинского и фармацевтического товароведения. Исторические аспекты развития товароведения, как научной дисциплины.
2. Товар, потребительская стоимость товара, понятие, классификация, характеристика.
3. Классификация товаров: понятие, виды, методы.
4. Классификация медицинских и фармацевтических товаров.
5. Классификация лекарственных средств, ориентированных на медицину.

8 семестр

Типовые вопросы экзамена

1. Концепции и методы маркетинговых исследований медицинских и фармацевтических товаров: портфельный анализ (матрица БКГ), стратегии реализации товара (матрица Ансоффа).
2. Маркетинговые исследования рынка медицинских и фармацевтических товаров: ассортимент, понятие, виды.
3. Маркетинговые исследования рынка медицинских и фармацевтических товаров: показатели ассортимента.
4. Маркетинговые исследования рынка медицинских и фармацевтических товаров. Конкуренция: понятие, виды.
5. Конкурентоспособность: понятие, факторы, параметры конкурентоспособности товаров.
6. Маркетинговое планирование деятельности фармацевтической организации. Определение маркетингового плана, цель, этапы, значение. Концепция маркетингового планирования для фармацевтических организаций.

Типовые задания для экзамена (ПК-2, ПК-5, ОПК-3)

Не предусмотрены.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ПК-2	Демонстрирует отличное представление о реализации и отпуске лекарственных препаратов для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента физическим лицам, а также отпуске их в подразделения медицинских организаций, о контроле соблюдения порядка отпуска лекарственных препаратов для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента.
	ПК-5	Демонстрирует отличные знания по проведению товароведческого анализа фармацевтических, медицинских товаров и изделий медицинской техники и иных фармацевтических товаров. Отлично анализирует нормативно-правовую документацию, регламентирующую порядок работы аптеки по приему рецептов и требований лечебно-профилактических учреждений.
	ОПК-3	Отлично использует основы экономических и правовых знаний в профессиональной деятельности, рассчитывает отдельные экономические показатели, анализирует финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений
	ПК-2	Демонстрирует достаточно хорошее представление о реализации и отпуске лекарственных препаратов для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента физическим лицам, а также отпуске их в подразделения медицинских организаций, о контроле соблюдения порядка отпуска лекарственных препаратов для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента.

«хорошо» (70 - 84 баллов)	ПК-5	Демонстрирует хорошие знания по проведению товароведческого анализа фармацевтических, медицинских товаров и изделий медицинской техники и иных фармацевтических товаров. Хорошо анализирует нормативно-правовую документацию, регламентирующую порядок работы аптеки по приему рецептов и требований лечебно-профилактических учреждений.
	ОПК-3	Хорошо использует основы экономических и правовых знаний в профессиональной деятельности, рассчитывает отдельные экономические показатели, анализирует финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ПК-2	Демонстрирует удовлетворительное представление о реализации и отпуске лекарственных препаратов для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента физическим лицам, а также отпуске их в подразделения медицинских организаций, о контроле соблюдения порядка отпуска лекарственных препаратов для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента.
	ПК-5	Демонстрирует удовлетворительные знания по проведению товароведческого анализа фармацевтических, медицинских товаров и изделий медицинской техники и иных фармацевтических товаров. Удовлетворительно анализирует нормативно-правовую документацию, регламентирующую порядок работы аптеки по приему рецептов и требований лечебно-профилактических учреждений.
	ОПК-3	Удовлетворительно использует основы экономических и правовых знаний в профессиональной деятельности, рассчитывает отдельные экономические показатели, анализирует финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ПК-2	Не может продемонстрировать представление о реализации и отпуске лекарственных препаратов для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента физическим лицам, а также отпуске их в подразделения медицинских организаций, о контроле соблюдения порядка отпуска лекарственных препаратов для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента.
	ПК-5	Не демонстрирует знания по проведению товароведческого анализа фармацевтических, медицинских товаров и изделий медицинской техники и иных фармацевтических товаров. Не анализирует нормативно-правовую документацию, регламентирующую порядок работы аптеки по приему рецептов и требований лечебно-профилактических учреждений.
	ОПК-3	Не использует основы экономических и правовых знаний в профессиональной деятельности, не рассчитывает отдельные экономические показатели, не анализирует финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Наркевича И.А. Медицинское и фармацевтическое товароведение : учебник. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2022. - 528 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970465905.html>
2. Умаров С.З., Наркевич И.А., Костенко Н.Л., Пучинина Т.Н. Медицинское и фармацевтическое товароведение : учебник. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2004. - 368 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5923104644.html>

6.2 Дополнительная литература:

1. Васнецова О.А. Медицинское и фармацевтическое товароведение : учебник. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2009. - 608 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970411063.html>

2. Попов, Ю. Н., Саньков, А. Н. Товароведческий анализ с элементами маркетингового анализа общехирургических и специальных медицинских инструментов : учебное пособие для подготовки к практическим занятиям по медицинскому и фармацевтическому товароведению для студентов 4-5 курсов фармацевтического факультета. - Весь срок охраны авторского права; Товароведческий анализ с элементами маркетингового анализа общехи. - Оренбург: Оренбургская государственная медицинская академия, 2013. - 145 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/51487.html>

3. Саакова, С. Р. Медицинское и фармацевтическое товароведение : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Медицинское и фармацевтическое товароведение. - Самара: РЕАВИЗ, 2010. - 170 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/10173.html>

6.3 Иные источники:

1. Правовой сайт КонсультантПлюс - <http://www.consultant.ru>
2. Российская национальная библиотека - www.nlr.ru
3. Русский медицинский сервер - <http://www.rusmedserv.com>
4. Словари и энциклопедии онлайн - <http://dic.academic.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows "Лаборатория Касперского"

Операционная система Microsoft Windows 10

Adobe Flash Player 29 PPAPI Adobe Systems Incorporated 15.06.2018 29.0.0.140

7-Zip 9.20

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
2. Научная электронная библиотека Российской академии естествознания. – URL: <https://www.monographies.ru>
3. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
4. Российская государственная библиотека: официальный сайт. – URL: <https://www.rsl.ru>
5. Российская национальная библиотека: официальный сайт. – URL: <http://nlr.ru>
6. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина: официальный сайт. – URL: <http://www.tambovlib.ru>
7. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>

8. ЭБС «Консультант студента»: коллекции: Медицина. Здравоохранение. Гуманитарные науки . – URL: <https://www.studentlibrary.ru>
9. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>
10. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <https://www.tsutmb.ru/biblio/elektronnyij-katalog/>
11. Юрайт: образовательная платформа, электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>
12. Цифровой образовательный ресурс IPR SMART. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.