

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

УТВЕРЖДАЮ:
И.о. директора института



Н. И. Воронин
«18» октября 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.02.1 Структура и развитие мирового фармацевтического рынка

Направление подготовки/специальность: 33.05.01 - Фармация

Профиль/направленность/специализация: Фармация

Уровень высшего образования: специалитет

Квалификация: Провизор

год набора: 2023

Тамбов, 2024

Автор программы:

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» октября 2024 г. Протокол № 4

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета здоровьесбережения, реабилитации и активного долголетия, Протокол от «18» октября 2024 г. № 3.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Специалитета.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	11
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	18
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	20
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	21

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-4 Способен участвовать в мониторинге качества, эффективности и безопасности лекарственных средств и лекарственного растительного сырья.

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
- А Контроль качества лекарственных средств - А/03.7 Проведение внутриаптечного контроля качества лекарственных препаратов, изготовленных в аптечных организациях, и фармацевтических субстанций - А Квалифицированная фармацевтическая помощь населению, пациентам медицинских организаций, работы, услуги по доведению лекарственных препаратов, медицинских изделий, других товаров, разрешенных к отпуску в аптечных организациях, до конечного потребителя - А/02.7 Проведение приемочного контроля поступающих в организацию лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента	ПК-4 Способен участвовать в мониторинге качества, эффективности и безопасности лекарственных средств и лекарственного растительного сырья.	Проводит фармацевтический анализ фармацевтических субстанций, вспомогательных веществ и лекарственных препаратов для медицинских, токсикологических исследований с учетом развития мирового фармацевтического рынка

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-4 Способен участвовать в мониторинге качества, эффективности и безопасности лекарственных средств и лекарственного растительного сырья.

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения							
		Очная (семестр)							
		3	4	5	6	7	8	9	10
1	Аналитическая химия	+	+						
2	Основы государственной регистрации лекарственных препаратов								+
3	Практика по контролю качества лекарственных средств							+	
4	Практика по фармакогнозии				+				
5	Проблемы выявления фальсифицированных лекарственных средств				+				
6	Токсикологическая химия					+	+		
7	Фармакогнозия		+	+					
8	Фармацевтическая химия				+	+			

2. Место дисциплины в структуре ОП специалитета:

Дисциплина «Структура и развитие мирового фармацевтического рынка» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 33.05.01 - Фармация.

Дисциплина «Структура и развитие мирового фармацевтического рынка» изучается в 6 семестре.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 2 з.е.

Очная: 2 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	72
Контактная работа	24
Лекции (Лекции)	12
Практические (Практ. раб.)	12
Самостоятельная работа (СР)	48
Зачет	-

3.2. Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.	Формы текущего контроля
-----------	--------------------------	-----------------------------	----------------------------

		Лек ции	Пра кт. раб.	СР	
		О	О	О	
6 семестр					
1	Общая экономическая структура рынка	2	2	12	Опрос; Коллоквиум
2	Особенности и отличия фармацевтического рынка	2	2	12	Опрос; Реферат; Коллоквиум
3	Субъекты фармацевтического рынка	4	4	12	Опрос; Реферат; Коллоквиум
4	Отличительные особенности российского фармацевтического рынка	4	4	12	Опрос; Коллоквиум; Тестирование

Тема 1. Общая экономическая структура рынка (ПК-4)

Лекция.

Лекция. Понятие о рынке, его структуре. Отраслевая сегментация. Географическая сегментация. Регуляторная сегментация. Структура отраслевых рынков медицинской техники и лекарственных средств. Субъекты и объекты рыночного обмена, элементы связи между субъектами.

Лекция. Понятие объектов и субъектов рынка. Конкуренция и развитие рынка – общие закономерности. Анализ рынка рынков лекарственных средств и медицинской техники как необходимый элемент комплекса маркетинга. Формирование спроса и стимулирование сбыта на мировых рынках медицинской техники. Рыночные сегменты и сегментация рынка медицинской техники. Критерии рыночного ранжирования. Сегментация по продукту: медицинские изделия для диагностики, аппаратура для лечения и профилактики, средства коррекции и замещения органов и систем, вспомогательные медико-технические средства. Экономика производства и распределения медицинской техники. Взаимодействие компаний – производителей и дистрибуторов медицинской техники и государства.

Практическое занятие.

Практическое занятие 1

1. Устный опрос.
2. Понятие рынков лекарственных средств и медицинской техники. Субъекты фармацевтического рынка и рынка медицинской техники и их взаимоотношения. Понятие отраслевого рынка. Понятие рынков лекарственных средств и медицинской техники. Границы отраслевых медико-технического и фармацевтического рынков: продуктовые, географические, временные.

Практическое занятие 2

1. Устный опрос.

2. Теоретические подходы к исследованию рынка медицинской техники и лекарственных средств. Медицинский и фармацевтический маркетинг. Теоретико-методологические подходы к исследованию медико-технического и фармацевтического рынков. Определение маркетинга. Применимость общей схемы маркетинговой деятельности на медико-техническом и фармацевтическом рынках. Принципы, функции и задачи маркетинга на рынках медицинской техники, лекарственных средств. Фармацевтический маркетинг и государственное регулирование сферы здравоохранения. Комплекс маркетинга. Феноменологическая установка в маркетинговом анализе. Инструменты стратегического маркетинга. Надлежащее время на рынках медицинской техники, лекарственных средств и медицинских услуг. Маркетинговые коммуникации и продвижение на рынках медицинской техники, лекарственных средств и медицинских услуг.

3. Коллоквиум.

Задания для самостоятельной работы.

1. Составьте и изучите конспект лекций по разделу.
2. Ответить на вопросы:
 - а) Дайте характеристику этапов, типологии и методов международных исследований рынка лекарственных средств.
 - б) Какие источники информации используют при проведении маркетинговых исследований зарубежного фармацевтического рынка?
 - в) Какими технико-экономическими параметрами определяется конкурентоспособность товара на международном рынке?
 - г) Дайте сравнительную характеристику двух типов международного маркетингового комплекса: стандартизации и адаптации.
 - д) В чем особенности жизненного цикла экспортного товара?
 - е) Какие факторы следует учитывать при разработке эффективной товарной политики?
 - ж) Дайте характеристику основным видам товарной политики в международном маркетинге.
 - з) Какие методы укрепления конкурентных позиций на международном рынке используют фирмы при выборе целевых рынков?
 - и) По каким признакам лекарственные средства характеризуют как фальсифицированные?
 - к) Какие способы борьбы с реализацией фальсифицированных лекарственных средств применяют в зарубежных странах?

Тема 2. Особенности и отличия фармацевтического рынка (ПК-4)

Лекция.

Лекция. Фармацевтический рынок как олигополистическая экономическая структура. Общие принципы локализации производства и реализации фармацевтической продукции.

Лекция. Основы международного регулирования фармацевтического рынка. Этические и правовые особенности и ограничения фармацевтической деятельности. Основы методологии макроэкономического анализа.

Практическое занятие.

Практическое занятие 1

1. Устный опрос.
2. Понятие всемирного фармацевтического рынка. Географическая и товарная структура фармацевтического рынка. Современные тенденции мирового фармацевтического рынка. Прогноз развития фармацевтического рынка. Фармацевтический рынок в условиях финансового кризиса. Переоценка краткосрочных и долгосрочных вариантов развития фармацевтической промышленности и внесение корректировок в прогнозы рынка. Появление новых факторов, сдерживающих рост рынка. Изменение географической и товарной структуры рынка.
3. Защита рефератов.

Практическое занятие 2

1. Устный опрос.

2. Понятие о развитых и развивающихся фармацевтических рынках. Прогнозы развития развитых и развивающихся фармацевтических рынков. Факторы, способствующие росту развивающихся фармацевтических рынков. Особенности развивающихся фармацевтических рынков. Выход крупных фармацевтических компаний на рынок развивающихся стран. Уникальные атрибуты и формы развития развивающихся фармацевтических рынков в разных странах. Особенности рынков Бразилии, Турции, Китая. Формирование новых коммерческих моделей для конкретного развивающегося фармацевтического рынка. Инвестиции в Российский фармацевтический рынок. Факторы, сдерживающие рост развитых фармацевтических рынков. Влияние роста численности населения, роль реализации правительственных программ, направленных на повышение доступности лечения для пациентов с помощью снижения уровня сооплат и поощрения более широкого применения лекарственных средств. Особенности развивающихся фармацевтических рынков. Прогнозы развития развивающихся фармацевтических рынков разных стран и их связь с причинами роста продаж.

3. Коллоквиум.

Задания для самостоятельной работы.

1. Составьте и изучите конспект лекций по разделу.
2. Ответить на вопросы:
 - а) Какие факторы являются концептуальной основой формирования международного маркетинга?
 - б) Назовите основные функции международного маркетинга.
 - в) На решение каких задач международного маркетинга направлена маркетинговая деятельность фармацевтических предприятий?
 - г) Дайте характеристику особенностей международного маркетинга.
 - д) Какие этапы предполагает формирование политики международного маркетинга национальной компанией?
 - е) Какие факторы международной среды влияют на эффективное функционирование фирмы в зарубежной стране?
 - ж) Перечислите и охарактеризуйте действующие торговые ограничения упреждающего характера.
 - з) Какие факторы правовой среды должны быть учтены при выходе национальной компании на международный рынок?
 - и) Назовите наиболее существенные экономические параметры потенциального зарубежного рынка, подлежащие изучению при оценке международной маркетинговой среды.
 - к) Какие существуют формы выхода предприятия на зарубежный рынок?

Тема 3. Субъекты фармацевтического рынка (ПК-4)

Лекция.

Лекция. Общая характеристика производителей фармацевтической продукции. Дистрибьюторский сегмент фармацевтического рынка. Классификация отраслевых рынков: по типу продаваемого продукта, по географическому критерию, по временным основаниям, по количеству потребителей, по объемам продаваемой продукции, по уровню концентрации производства и т.д.

Лекция. Аптеки и аптечные сети как участники фармацевтического рынка. Общая характеристика конечных потребителей фармацевтического рынка. Медицинское сообщество как субъект фармацевтического рынка. Основные принципы ЕАЭС в области фармацевтической деятельности. Инструменты анализа внешней среды: SWOT-анализ, PEST-анализ и др. Инструменты портфельного анализа: матрица БКГ, матрица Маккинзи и др. Надлежащий продукт на рынках медицинской техники, лекарственных средств и медицинских услуг. Надлежащее место на рынках медицинской техники, лекарственных средств и медицинских услуг. Надлежащая цена на рынках медицинской техники, лекарственных средств и медицинских услуг.

Практическое занятие.

Практическое занятие 1

1. Устный опрос.
2. Мировое фармацевтическое производство.

Объемы производства и истинная потребность в лекарственных средствах. Рейтинг фармацевтического производства среди других производственных сфер. Причины лидерства фармацевтической промышленности среди других сфер предпринимательской деятельности. Влияние соотношения спроса и предложения на стоимость лекарственных средств.

Практическое занятие 2

1. Устный опрос.
2. Факторы, определяющие существование дистрибьюторских систем. Дистрибьюторские системы с и без посредников. Использование современных технологий для сокращения времени заказа. Объемы по количеству наименований и количеству заказов крупных фармацевтических дистрибьюторских компаний.
3. Защита реферата.

Практическое занятие 3

1. Устный опрос.
2. Функции оптовых компаний. Организация структуры каналов и сетей работы дистрибьютора; дислокация дистрибьютивных центров и других звеньев логистической сети в дистрибьютивных каналах; транспортировка продукции и отходов; хранение, складирование и грузопереработка продукции в складской системе; передача прав собственности на продукцию; страхование рисков; защита и обеспечение сохранности товаров; соответствие стандартам качества продукции и логистического сервиса; ценообразование.
3. Коллоквиум.

Задания для самостоятельной работы.

1. Составьте и изучите конспект лекций по разделу.
2. Ответить на вопросы:
 - а) Укажите различия в организации товарораспределения на внутреннем и международном рынках.
 - б) Какие типы участников каналов товародвижения характерны для международного маркетинга?
 - в) Перечислите и раскройте суть методов распределения товаров в международном маркетинге.
 - г) Приведите и охарактеризуйте разные варианты планирования товародвижения на зарубежных рынках.
 - д) Назовите отличительные особенности построения рекламной кампании на международном уровне.
 - е) В чем состоит значение PR-деятельности компаний для эффективного продвижения лекарственных средств на зарубежных рынках?
 - ж) В чем особенность продвижения безрецептурных и рецептурных лекарственных средств на зарубежных рынках?
- 3) Назовите и охарактеризуйте основные направления управления международным маркетингом.
- и) Какова роль представительств зарубежных фармацевтических компаний на национальном рынке?
- к) Что предполагает контроль международного маркетинга?
- л) По каким направлениям проводится исследование деятельности фармацевтической компании на зарубежном рынке.

Тема 4. Отличительные особенности российского фармацевтического рынка (ПК-4) **Лекция.**

Лекция. Локализация производства и стратегия развития фармацевтического рынка РФ. Инновационная фармацевтическая деятельность в РФ. Рынок медицинской техники в России. Цели, задачи и результаты политики импортозамещения на фармацевтическом рынке. Развитие кластерного подхода в фармацевтической индустрии. Государственное стимулирование инвестиционной деятельности на рынке лекарственных средств. Внедрение стандартов GMP - лучших образцов надлежащих практик в российской фармацевтической отрасли. Целевые группы на фармацевтическом рынке. Игроки на рынке: российские и иностранные компании. Концентрация фирм на российском рынке лекарственных средств.

Лекция. Регуляторные особенности фармацевтического рынка РФ. Сегменты фармацевтического рынка РФ. Рынок лекарственных средств в России Международный рынок и рынок лекарственных средств в России: структура, особенности, состояние, проблемы и перспективы развития. Российский рынок: современное состояние и перспективы развития. Охват населения различными видами фармацевтических препаратов и медицинской техникой в России. Влияние кризиса на состояние и тенденции развития глобального и российского.

Практическое занятие.

Практическое занятие 1

1. Устный опрос.
2. Рынок медицинской техники в России. Международный рынок и рынок медицинской техники в России: структура, особенности, состояние, проблемы и перспективы развития. Основные проблемы функционирования. Институциональные акторы и системы управления на рынке медицинской техники. Игроки на рынке: российские и иностранные компании. Производители, дистрибуторы и организационные потребители медицинской техники. Конфликтующие интересы. Целевые группы, рыночные возможности и «ниши» на рынке медицинской техники.
3. Тестирование.

Практическое занятие 2

1. Устный опрос.
2. Рынок лекарственных средств в России Международный рынок и рынок лекарственных средств в России: структура, особенности, состояние, проблемы и перспективы развития. Экономика фармацевтической индустрии: экономика производства и распределения лекарственных средств. Взаимодействие фармацевтических компаний и государства. Федеральная целевая программа «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности Российской Федерации на период до 2020 года и дальнейшую перспективу». Рыночные сегменты и сегментация фармацевтического рынка. Критерии рыночного ранжирования. Фармпроизводители и фармдистрибьютеры Крупнейшие аптечные сети на российском рынке. Аутсорсинг и контрактное производство на фармацевтическом рынке.

Практическое занятие 3

1. Устный опрос.
2. Стратегии и тактики развития рынка: опыт компаний Стратегии и тактики развития рынка медицинской техники и лекарственных средств: опыт компаний. Внешняя и внутренняя среда фармацевтических и медико-технологических компаний. Товар, товарная политика и товародвижение в системе маркетинга международных фармацевтических и медико-технологических компаний.
3. Коллоквиум

Задания для самостоятельной работы.

1. Составьте и изучите конспект лекций по разделу.
2. Ответить на вопросы:
 - а) Фармацевтический рынок России: влияние пандемии и стратегии развития
 - б) Российская фарминдустрия после пандемии
 - в) Развитие инновационных лекарственных препаратов
 - г) Стратегии развития российской фарминдустрии
 - д) Особенности развития отечественного фармацевтического рынка на современном этапе
 - е) Основные проблемы развития отечественного фармацевтического рынка

ж) Стратегические ориентиры развития отечественного фармацевтического рынка

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

6 семестр

- текущий контроль – 60 баллов
- контрольные срезы – 4 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 5 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.	Общая экономическая структура рынка	Опрос	5	<p>В начале занятия проводится устный опрос. При опросе учитываются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>5 баллов студент получает при полном корректном ответе на вопрос;</p> <p>4 балла студент получает при корректном ответе на вопрос, но допускает некоторые неточности;</p> <p>3 балла студент получает при неполном корректном ответе на вопрос;</p> <p>2 балла – если ответ неполный, не совсем логично изложенный, студенту требуется время подумать, чтобы сформулировать ответ;</p> <p>1 балл - если студент путается при ответе на вопрос, не логично излагает материал, требуется время, чтобы сформулировать ответ;</p> <p>0 баллов – студент не ответил на вопрос, ответил неправильно или отказался от ответа.</p>
		Коллоквиум(контрольный срез)	10	<p>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.</p> <p>5 баллов – студент на вопрос дал развернутый полный и правильный ответ;</p> <p>4 балла – студент при ответе на вопрос допустил неточность;</p> <p>3 балла – студент при ответе на вопрос допустил не более одной ошибки;</p> <p>2 балла – студент в ответе на вопрос допустил две ошибки;</p> <p>1 балл – студент в ответе на вопрос допустил более двух ошибок;</p> <p>0 баллов – студент дал неправильный ответ на вопрос / отказ от ответа на вопрос</p>

2.	Особенности и отличия фармацевтического рынка	Опрос	5	<p>В начале занятия проводится устный опрос. При опросе учитываются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>5 баллов студент получает при полном корректном ответе на вопрос;</p> <p>4 балла студент получает при корректном ответе на вопрос, но допускает некоторые неточности;</p> <p>3 балла студент получает при неполном корректном ответе на вопрос;</p> <p>2 балла – если ответ неполный, не совсем логично изложенный, студенту требуется время подумать, чтобы сформулировать ответ;</p> <p>1 балл - если студент путается при ответе на вопрос, не логично излагает материал, требуется время, чтобы сформулировать ответ;</p> <p>0 баллов – студент не ответил на вопрос, ответил неправильно или отказался от ответа.</p>
		Реферат	15	<p>Студент выбирает одну из предложенных тем или может сформулировать тему сам (с разрешения преподавателя), дома готовит доклад/реферат в печатном варианте. На занятии преподаватель задает студенту 2-3 вопроса по теме доклада / реферата и студент отвечает на них в устной или письменной форме.</p> <p>12-15 баллов – студент получает при условии правильного оформления доклада/ реферата и списка литературы в соответствии с предъявляемыми требованиями и при правильном ответе на все вопросы по теме доклада/ реферата</p> <p>7-10 баллов – студент получает, если допустил неточность при оформлении реферата / списка литературы / при ответе на один из поставленных вопросов</p> <p>4-6 баллов – студент получает, если допустил неточность и при оформлении реферата и списка литературы или при ответе на один или два из поставленных вопросов</p> <p>1 -4 баллов – студент получает, если им совсем не соблюдены требования к оформлению доклада/реферата или он при ответе на вопросы ошибается, путается</p> <p>0 баллов – студент получает, если им совсем не соблюдены требования к оформлению доклада/реферата или он не может ответить ни на один вопрос по теме реферата</p>

		Коллоквиум(контрольный срез)	10	<p>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.</p> <p>5 баллов – студент на вопрос дал развернутый полный и правильный ответ;</p> <p>4 балла – студент при ответе на вопрос допустил неточность;</p> <p>3 балла – студент при ответе на вопрос допустил не более одной ошибки;</p> <p>2 балла – студент в ответе на вопрос допустил две ошибки;</p> <p>1 балл – студент в ответе на вопрос допустил более двух ошибок;</p> <p>0 баллов – студент дал неправильный ответ на вопрос / отказ от ответа на вопрос</p>
3.	Субъекты фармацевтического рынка	Опрос	5	<p>В начале занятия проводится устный опрос. При опросе учитываются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>5 баллов студент получает при полном корректном ответе на вопрос;</p> <p>4 балла студент получает при корректном ответе на вопрос, но допускает некоторые неточности;</p> <p>3 балла студент получает при неполном корректном ответе на вопрос;</p> <p>2 балла – если ответ неполный, не совсем логично изложенный, студенту требуется время подумать, чтобы сформулировать ответ;</p> <p>1 балл - если студент путается при ответе на вопрос, не логично излагает материал, требуется время, чтобы сформулировать ответ;</p> <p>0 баллов – студент не ответил на вопрос, ответил неправильно или отказался от ответа.</p>

		Реферат	15	<p>Студент выбирает одну из предложенных тем или может сформулировать тему сам (с разрешения преподавателя), дома готовит доклад/реферат в печатном варианте. На занятии преподаватель задает студенту 2-3 вопроса по теме доклада / реферата и студент отвечает на них в устной или письменной форме.</p> <p>12-15 баллов – студент получает при условии правильного оформления доклада/ реферата и списка литературы в соответствии с предъявляемыми требованиями и при правильном ответе на все вопросы по теме доклада/ реферата</p> <p>7-10 баллов – студент получает, если допустил неточность при оформлении реферата / списка литературы / при ответе на один из поставленных вопросов</p> <p>4-6 баллов – студент получает, если допустил неточность и при оформлении реферата и списка литературы или при ответе на один или два из поставленных вопросов</p> <p>1 -4 баллов – студент получает, если им совсем не соблюдены требования к оформлению доклада/реферата или он при ответе на вопросы ошибается, путается</p> <p>0 баллов – студент получает, если им совсем не соблюдены требования к оформлению доклада/реферата или он не может ответить ни на один вопрос по теме реферата</p>
		Коллоквиум(контрольный срез)	10	<p>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.</p> <p>5 баллов – студент на вопрос дал развернутый полный и правильный ответ;</p> <p>4 балла – студент при ответе на вопрос допустил неточность;</p> <p>3 балла – студент при ответе на вопрос допустил не более одной ошибки;</p> <p>2 балла – студент в ответе на вопрос допустил две ошибки;</p> <p>1 балл – студент в ответе на вопрос допустил более двух ошибок;</p> <p>0 баллов – студент дал неправильный ответ на вопрос / отказ от ответа на вопрос</p>

4.	Отличительные особенности российского фармацевтического рынка	Опрос	5	<p>В начале занятия проводится устный опрос. При опросе учитываются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>5 баллов студент получает при полном корректном ответе на вопрос;</p> <p>4 балла студент получает при корректном ответе на вопрос, но допускает некоторые неточности;</p> <p>3 балла студент получает при неполном корректном ответе на вопрос;</p> <p>2 балла – если ответ неполный, не совсем логично изложенный, студенту требуется время подумать, чтобы сформулировать ответ;</p> <p>1 балл - если студент путается при ответе на вопрос, не логично излагает материал, требуется время, чтобы сформулировать ответ;</p> <p>0 баллов – студент не ответил на вопрос, ответил неправильно или отказался от ответа.</p>
		Коллоквиум(контрольный срез)	10	<p>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.</p> <p>5 баллов – студент на вопрос дал развернутый полный и правильный ответ;</p> <p>4 балла – студент при ответе на вопрос допустил неточность;</p> <p>3 балла – студент при ответе на вопрос допустил не более одной ошибки;</p> <p>2 балла – студент в ответе на вопрос допустил две ошибки;</p> <p>1 балл – студент в ответе на вопрос допустил более двух ошибок;</p> <p>0 баллов – студент дал неправильный ответ на вопрос / отказ от ответа на вопрос</p>
		Тестирование	10	В тест входит 10 заданий. За каждый правильный ответ студент получает 1 балл.
5.	Премияльные баллы		5	Дополнительные премияльные баллы начисляются за постоянную активность во время устного опроса на практических занятиях
6.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по зачету 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
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Коллоквиум

Тема 4. Отличительные особенности российского фармацевтического рынка

Типовые вопросы к коллоквиуму

1. Понятие о развитых и развивающихся фармацевтических рынках.
2. Прогнозы развития развитых и развивающихся фармацевтических рынков. Факторы, способствующие росту развивающихся фармацевтических рынков.
3. Особенности развивающихся фармацевтических рынков.
4. Выход крупных фармацевтических компаний на рынок развивающихся стран. Уникальные атрибуты и формы развития развивающихся фармацевтических рынков в разных странах.
5. Особенности рынков Бразилии, Турции, Китая.
6. Формирование новых коммерческих моделей для конкретного развивающегося фармацевтического рынка.
7. Инвестиции в Российский фармацевтический рынок. Факторы, сдерживающие рост развитых фармацевтических рынков.
8. Влияние роста численности населения, роль реализации правительственных программ, направленных на повышение доступности лечения для пациентов с помощью снижения уровня сооплат и поощрения более широкого применения лекарственных средств.
9. Особенности развивающихся фармацевтических рынков.

Опрос

Тема 4. Отличительные особенности российского фармацевтического рынка

Типовые вопросы устного опроса

1. Дайте характеристику этапов, типологии и методов международных исследований рынка лекарственных средств.
2. Какие источники информации используют при проведении маркетинговых исследований зарубежного фармацевтического рынка?
3. Какими технико-экономическими параметрами определяется конкурентоспособность товара на международном рынке?
4. Дайте сравнительную характеристику двух типов международного маркетингового комплекса: стандартизации и адаптации.
5. В чем особенности жизненного цикла экспортного товара?

Реферат

Тема 3. Субъекты фармацевтического рынка

Типовые темы реферата

1. Теоретические основы фармацевтического рынка
2. Понятие фармацевтического рынка
3. Фундаментальные особенности фармацевтического рынка
4. Мировой фармацевтический рынок: тенденции развития
5. Особенности структуры и ассортимента мирового фармацевтического рынка
6. Перспективы развития фармацевтического рынка
7. Фармацевтический рынок РФ: состояние и перспективы развития
8. Государственное регулирование в сфере обращения лекарственных средств
9. Современные тенденции рынка лекарственных средств РФ
10. Совершенствование фармацевтического рынка

Тестирование

Тема 4. Отличительные особенности российского фармацевтического рынка

Примеры заданий в тестовой форме

1. Фармацевтическая помощь определяется как:

а) обеспечение населения и медицинских организаций лекарственными средствами, изделиями медицинского назначения и другими товарами аптечного ассортимента

б) совокупность различных видов фармацевтической деятельности, направленных на обеспечение населения всеми товарами аптечного ассортимента и оказание научно-консультативных услуг медицинским работникам и гражданам по вопросам выбора, способу использования, хранению и получению товаров из аптек

в) изыскание наиболее эффективных, экономичных, ресурсосберегающих экологически безопасных способов и приемов оказания фармацевтической помощи населению, медицинским работникам

г) это деятельность, осуществляемая оптовыми и розничными фармацевтическими организациями в сфере обращения лекарственных средств и других фармацевтических товаров, включающая оптовую и розничную реализацию этих товаров и изготовление лекарственных средств

д) все ответы верны

2. Правовой основой фармацевтической деятельности в России является Федеральный закон:

а) «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации»

б) «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации»

в) «Об обращении лекарственных средств»

г) «О наркотических средствах и психотропных веществах»

д) «О лицензировании отдельных видов деятельности»

3. В состав Министерства здравоохранения РФ входит:

а) Федеральная служба по контролю за оборотом наркотиков

б) Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения

в) Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека

г) Федеральная служба по труду и занятости

д) Федеральный фонд социального страхования

4. Для обеспечения гарантии качества фармацевтического обслуживания населения фармацевтические организации и индивидуальные предприниматели должны получить:

а) аттестат

б) лицензию

в) протокол

г) реестр

д) сертификат

5. Аптечная организация считается созданной как юридическое лицо после:

а) заключения учредительного договора между собственниками предприятия

б) создания устава и утверждения его собственником(ами) предприятия

в) регистрации регистрационным органом исполнительной власти

- г) получения лицензии
- д) официального сообщения в средствах массовой информации

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-4)

1. Процесс маркетинговых исследований: определение проблемы и построение плана маркетинговых исследований. Типы исследований.
2. Первичные и вторичные источники данных. Основные характеристики.
3. Исследование U&A рынка медицинской техники и/или лекарственных средств– принципы и основные методы анализа.
4. Сегментация потребителей на рынке медицинской техники и фармацевтическом рынке.
5. Цены, ценовая чувствительность и эластичность на рынке медицинской техники и фармацевтическом рынке.
6. Жизненный цикл товара на фармацевтическом рынке.

Типовые задания для зачета (ПК-4)

Не предусмотрено

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-4	Достаточно хорошо проводит фармацевтический анализ фармацевтических субстанций, вспомогательных веществ и лекарственных препаратов для медицинских, токсикологических и исследований с учетом развития мирового фармацевтического рынка
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-4	Не может провести фармацевтический анализ фармацевтических субстанций, вспомогательных веществ и лекарственных препаратов для медицинских, токсикологических и исследований с учетом развития мирового фармацевтического рынка

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. Управление и экономика фармации : учебник. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2019. - 928 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970452288.html>
2. Наркевича И.А. Медицинское и фармацевтическое товароведение : учебник. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2019. - 528 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970449332.html>
3. Чупандина Е. Е., Глембоцкая Г. Т., Захарова О. В., Лобутева Л. А. Организация фармацевтической деятельности : Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2021. - 255 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/476564>
4. Трофимова Е. О. Маркетинг в фармации: методология исследований фармацевтического рынка : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 121 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/448496>

6.2 Дополнительная литература:

1. Мещерякова Л.А., Кошель В.И., Мажаров В.Н. Медицинские затраты и ценообразование : учебник. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2018. - 336 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970445853.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>

6.3 Иные источники:

1. Научная электронная библиотека Российской академии естествознания - www.monographies.ru
2. Правовой сайт КонсультантПлюс - <http://www.consultant.ru>
3. Российская национальная библиотека - www.nlr.ru
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. ЭБС «Консультант студента»: коллекции: Медицина. Здравоохранение. Гуманитарные науки . – URL: <https://www.studentlibrary.ru>

2. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>

3. Цифровой образовательный ресурс IPR SMART. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>

4. Юрайт: образовательная платформа, электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>

5. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <https://www.tsutmb.ru/biblio/elektronnyij-katalog/>

6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>

7. Российская государственная библиотека: официальный сайт. – URL: <https://www.rsl.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.