

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*Кафедра фармации*

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель

образовательной программы

 /Полинская Т.А./

«29» 08 2023г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА**

Специальность **33.08.02 Управление и экономика фармации**

Форма обучения – очная

Рабочая программа дисциплины «Фармацевтическая реклама» по специальности **33.08.02 Управление и экономика фармации** рассмотрена на заседании кафедры фармации

Протокол от « » 2023 года №

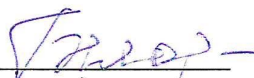
Зав. кафедрой

  
подпись

к.ф.н., доцент Полинская Т.А.  
Ф.И.О.

Директор библиотеки: «Согласовано»

«29» 08 2023 г.

  
подпись

И.А. Кравченко  
Ф.И.О.

## I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цели** освоения дисциплины: подготовка квалифицированного провизора-менеджера обладающего системой универсальных, профессиональных и профессионально-специализированных компетенций, способного и готового для самостоятельной профессиональной деятельности в области обращения лекарственных средств.

**Задачи:** формирование базовых, фундаментальных медицинских и фармацевтических знаний, по специальности **33.08.02 Управление и экономика фармации**; подготовка провизора-менеджера, обладающего знаниями по организации работы и управлению фармацевтическими организациями и оказанию лекарственной помощи населению и лечебно-профилактическим учреждениям в соответствии с требованиями действующих Законов РФ и иных правовых и нормативных актов; умениями по организации торгово-закупочной деятельности, учету за движением товарно-материальных ценностей и денежных средств фармацевтической организации; умениями эффективно подбирать кадры и организовывать труд персонала фармацевтической организации, управлять персоналом и технологическими процессами.

## II. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ООП ВО по данной специальности:

***Универсальные компетенции:***

***УК-1:*** готовность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

***Профессиональные компетенции:***

***ПК-5:*** готовность к организации фармацевтической деятельности;

***ПК-6:*** готовность к оценке экономических и финансовых показателей, применяемых в сфере обращения лекарственных средств;

## III. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Учебная дисциплина является дисциплиной по выбору.

#### IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины в зет 3 часов 108

№ раздела	Наименование раздела	Количество часов				
		Всего	Контактная работа			СРС
			Л	С	ПЗ	
1	Фармацевтическая реклама	108	6	0	58	44
	Форма промежуточной аттестации		зачёт			
	<b>Итого:</b>	<b>108</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>58</b>	<b>44</b>

СРС - самостоятельная работа обучающихся

Л - лекции

С – семинары

ПЗ– практические занятия

#### Контактная работа

##### Лекции

№ раздела	№ лекции	Темы лекций	Кол-во часов
1	1	Нормативно-правовое регулирование рекламы лекарственных препаратов в Российской Федерации	2
1	2	Рекламный процесс и его участники	2
1	3	Планирование рекламной компании фармацевтических товаров	2
		<b>Итого:</b>	<b>6</b>

#### Практические занятия

№ раздела	№ Пз	Темы практических занятий	Кол- во часов	Формы текущего контроля
1	1,2	Нормативно-правовое регулирование рекламы лекарственных препаратов в Российской Федерации	4	собеседование, тестовый контроль

№ раздела	№ Пз	Темы практических занятий	Кол-во часов	Формы текущего контроля
1	3,4	Рекламный процесс и его участники. Психологические аспекты рекламы.	4	собеседование, тестовый контроль
1	5,6	Планирование рекламной компании фармацевтических товаров	4	собеседование, тестовый контроль
1	7,8	Методы пропаганды на фармацевтическом рынке. Технологии продажи рецептурных препаратов.	4	собеседование, тестовый контроль
1	9,10,11,12,13	Законодательная база в области рекламы фармацевтических товаров.	10	собеседование, тестовый контроль
1	14,15,16,17,18	Организация рекламного процесса, специфика и особенности продвижения фармацевтических товаров	10	собеседование, тестовый контроль
1	19,20,21	Психологические и этические принципы при проведении рекламной компании фармацевтической продукции.	6	собеседование, тестовый контроль
1	22,23,24,25,26	Методы пропаганды на фармацевтическом рынке. Технологии продажи рецептурных препаратов.	8	собеседование, тестовый контроль
1	27,28,29,30,31	Фармацевтический мерчендайзинг. Обучение персонала основным принципам мерчендайзинга.	8	собеседование, тестовый контроль
		<b>Итого:</b>	<b>58</b>	

### Самостоятельная работа обучающихся

№ раздела	Вид самостоятельной работы обучающихся	Кол-во часов	Формы текущего контроля
1	Подготовка к практическому занятию, работа с литературой, работа с интернет ресурсами	44	собеседование, тестовый контроль
	<b>Итого:</b>	<b>44</b>	

### Вопросы для самоконтроля

1. Основные нормативные акты, регулирующие рекламу лекарственных препаратов в Российской Федерации.
2. Недобросовестная и недостоверная реклама.
3. Соблюдение юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями требований, установленных от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе", иными федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации о рекламе, в процессе осуществления деятельности в сфере рекламы.
4. Проведение рекламных акций, сопровождающихся раздачей образцов лекарственных средств.
5. Основные задачи пропаганды (рекламы) фармацевтических товаров.
6. Методы контроля эффективности рекламы фармацевтических товаров.
7. Основные средства рекламы.
8. Особенности продвижения рецептурных фармацевтических препаратов.
9. Область задач, решаемых на фармацевтическом рынке с использованием PR-инструментов.
10. Отношение медицинской общественности к продвижению лекарственных препаратов.
11. Роль медицинского представителя в продвижении фармацевтических препаратов.

12. Инструменты продвижения рецептурных лекарственных препаратов.
13. Интернет-продвижение фармацевтических препаратов.
14. Создание некоммерческих организаций. Их цели и задачи.
15. Промо- и Промоушн- акции в аптечных организациях.
16. Определение и изучение целевой аудитории (или целевого рынка).
17. Постановка целей и задач рекламы.
18. Определение рекламного бюджета.
19. Разработка плана использования средств рекламы.
20. Создание рекламного обращения.
21. Оценка эффективности рекламы
22. Рыночные возможности фармацевтической организации и их анализ.
23. Сегментация и отбор целевых рынков.
24. Комплекс маркетинга, его структура и разработка.
25. Внедрение маркетинговых мероприятий на фармацевтическом рынке.
26. Рынок производителей. Рынок товаров. Рынок посредников.
27. Выбор целевых сегментов и позиционирование товара на рынке.
28. Характеристика товаров на фармацевтическом рынке.
29. Функции, цели и особенности продвижения лекарственных средств и парафармацевтической продукции.
30. Основные средства продвижения: реклама, пропаганда, личная продажа, стимулирование сбыта. Их особенности на фармацевтическом рынке.
31. Методы рекламы. Особенности рекламы лекарственных средств и парафармацевтической продукции. Современные технологии распространения рекламной информации.

32. Личные продажи как специфический метод продвижения товаров на рынке. Методы личных продаж.
33. Требования к специалистам по личным продажам товаров. Особенности личных продаж лекарственных средств.
34. Источники формирования маркетинговой информации на фармацевтическом рынке.
35. Мотивы потребительского поведения.
36. Суггестия в рекламной практике.
37. Создание фирменного стиля.
38. Психология света.
39. Психология цвета и формы.

## **V. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Фонд оценочных средств для определения уровня сформированности компетенций в результате освоения дисциплины является приложением к рабочей программе.

## **VI. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Основная литература.**

1. Управление и экономика фармации: учебник / под ред. И.А. Наркевича. – Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2017. – 923с. – Доступ из ЭБС «Консультант врача» – текст: электронный. 38, ЭР.
2. Правовые основы фармацевтической деятельности / В.А. Внукова, И.В. Спичак. – Москва: ГЭОТАР – Медиа, 2018. – 409с. – Доступ из ЭБС «Консультант врача» – текст: электронный. 31, ЭР.

### **6.2. Дополнительная литература.**

1. Пашутин С.Б. Открываем аптеку: с чего начать и как преуспеть / С.Б. Пашутин. – Москва: ЭКСМО, 2009. – 240с. – 19 экз.

### **6.3. Интернет-ресурсы**

№	ЭЛЕКТОРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ	Доступ к ресурсу
1.	Электронная библиотека РостГМУ. – URL: <a href="http://109.195.230.156:9080/opacg/">http://109.195.230.156:9080/opacg/</a>	Доступ неограничен



2.	<b>Консультант студента</b> [Комплекты: «Медицина. Здравоохранение. ВО»; «Медицина. Здравоохранение. СПО»; «Психологические науки»] : Электронная библиотечная система. – Москва : ООО «Консультант студента». - URL: <a href="https://www.studentlibrary.ru">https://www.studentlibrary.ru</a> + возможности для инклюзивного образования	Доступ неограничен
3.	<b>Консультант врача. Электронная медицинская библиотека</b> : Электронная библиотечная система. – Москва : ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением. Комплексный медицинский консалтинг». - URL: <a href="http://www.rosmedlib.ru">http://www.rosmedlib.ru</a> + возможности для инклюзивного образования	Доступ неограничен
4.	<b>Научная электронная библиотека eLIBRARY.</b> - URL: <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>	Открытый доступ
5	<b>Национальная электронная библиотека.</b> - URL: <a href="http://нэб.пф/">http://нэб.пф/</a>	Доступ с компьютеров библиотеки
6.	<b>БД издательства Springer Nature.</b> - URL: <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a> по IP-адресам РостГМУ и удалённо после регистрации, удалённо через КИАС РФФИ <a href="https://kias.rfbr.ru/reg/index.php">https://kias.rfbr.ru/reg/index.php</a> (Нацпроект)	Доступ неограничен
7.	<b>Wiley Online Library / John Wiley &amp; Sons.</b> - URL: <a href="http://onlinelibrary.wiley.com">http://onlinelibrary.wiley.com</a> по IP-адресам РостГМУ и удалённо после регистрации (Нацпроект)	Доступ ограничен
8	<b>Российское образование. Единое окно доступа</b> : федеральный портал. - URL: <a href="http://www.edu.ru/">http://www.edu.ru/</a> . – Новая образовательная среда.	Открытый доступ
9.	<b>Cyberleninka Open Science Hub</b> : открытая научная электронная библиотека публикаций на иностранных языках. – URL: <a href="https://cyberleninka.org/">https://cyberleninka.org/</a>	Контент открытого доступа
10.	<b>ScienceDirect</b> : офиц. сайт; раздел «Open Access» / Elsevier. - URL: <a href="https://www.elsevier.com/open-access/open-access-journals">https://www.elsevier.com/open-access/open-access-journals</a>	Контент открытого доступа
11.	<b>Медицинский Вестник Юга России</b> : электрон. журнал / РостГМУ. - URL: <a href="http://www.medicalherald.ru/jour">http://www.medicalherald.ru/jour</a>	Открытый доступ
12.	<b>Южно-Российский журнал терапевтической практики</b> / РостГМУ. – URL: <a href="http://www.therapeutic-j.ru/jour/index">http://www.therapeutic-j.ru/jour/index</a>	Открытый доступ
13.	<b>Рубрикатор</b> клинических рекомендаций Минздрава России. - URL: <a href="https://cr.minzdrav.gov.ru/">https://cr.minzdrav.gov.ru/</a>	Открытый доступ
14.	<b>Всемирная организация здравоохранения</b> : офиц. сайт. - URL: <a href="http://who.int/ru/">http://who.int/ru/</a>	Открытый доступ
15.	<b>Современные проблемы науки и образования</b> : электрон. журнал. Сетевое издание. - URL: <a href="http://www.science-education.ru/ru/issue/index">http://www.science-education.ru/ru/issue/index</a>	Открытый доступ

## VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1. Учебно-лабораторное оборудование.

Помещения укомплектованы специализированной учебной мебелью, компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет» с обеспечением доступа в электронную образовательную информационно-образовательную среду университета, типовые наборы

профессиональных моделей с результатами лабораторных и инструментальных исследований.

## **7.2. Технические и электронные средства.**

Мультимедийный презентационный комплекс, типовые наборы профессиональных моделей с результатами лабораторных и инструментальных исследований, компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет» с обеспечением доступа в электронную образовательную информационно-образовательную среду университета.

### **Программное обеспечение:**

1. Office Standard, лицензия № 66869707 (договор №70-А/2016.87278 от 24.05.2016).
2. System Center Configuration Manager Client ML, System Center Standard, лицензия № 66085892 (договор №307-А/2015.463532 от 07.12.2015);
3. Windows, лицензия № 66869717 (договор №70-А/2016.87278 от 24.05.2016).
4. Office Standard, лицензия № 65121548 (договор №96-А/2015.148452 от 08.05.2016);
5. Windows Server - Device CAL, Windows Server – Standard, лицензия № 65553756 (договор № РГМУ1292 от 24.08.2015);
6. Windows, лицензия № 65553761 (договор №РГМУ1292 от 24.08.2015);
7. Windows Server Datacenter - 2 Proc, лицензия № 65952221 (договор №13466/РНД1743/РГМУ1679 от 28.10.2015);
8. Kaspersky Total Security 500-999 Node 1 year Educational Renewal License (Договор № 358-А/2017.460243 от 01.11.2017).
9. Предоставление услуг связи (интернета): «Ростелеком» - договор № РГМУ7628 от 22.12.2017; «Эр-Телеком Холдинг» - договор РГМУ7611 от 22.12.2017; «МТС» - договор РГМУ7612 от 22.12.2017.