

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Фармацевтическая реклама»

Специальность	33.08.02 Управление и экономика фармации
Форма промежуточной аттестации (зачет/экзамен)	зачет
Количество зачетных единиц	3
Количество часов всего, из них:	108
лекционные	6
практические	58
СРС	44

1. Цель изучения 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.

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данной специальности: УК-1, ПК-5, ПК-6.

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

ПК-5: готовность к организации фармацевтической деятельности;

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

3. Краткое содержание дисциплины

Раздел 1. Фармацевтическая реклама.

Нормативно-правовое регулирование рекламы лекарственных препаратов в Российской Федерации.

Рекламный процесс и его участники. Психологические аспекты рекламы.

Планирование рекламной компании фармацевтических товаров.

Методы пропаганды на фармацевтическом рынке. Технологии продажи рецептурных препаратов.

Законодательная база в области рекламы фармацевтических товаров.

Организация рекламного процесса, специфика и особенности продвижения фармацевтических товаров.

Психологические и этические принципы при проведении рекламной компании фармацевтической продукции.

Методы пропаганды на фармацевтическом рынке. Технологии продажи рецептурных препаратов.

Фармацевтический мерчендайзинг. Обучение персонала основным принципам мерчендайзинга.