

**МИНИСТЕРСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский национальный исследовательский медицинский университет  
имени Н.И. Пирогова» Министерства здравоохранения Российской Федерации  
(ФГАОУ ВО РНИМУ им. Н.И. Пирогова Минздрава России)**

**Медико-биологический факультет**

**УТВЕРЖДАЮ**

**Декан медико-биологического факультета  
д.б.н., профессор  
\_\_\_\_\_ Е.Б. Прохорчук**

**«29» августа 2022 г.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б.1.В.В.1.1 ПРАВИЛА ПРОДВИЖЕНИЯ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ**

**для образовательной программы высшего образования -  
программы специалитета по специальности**

**33.05.01 Фармация**

**Москва, 2022**

Настоящая рабочая программа дисциплины Правила продвижения лекарственных препаратов (далее – рабочая программа дисциплины), является частью программы специалитета по специальности 33.05.01 Фармация

Направленность (профиль) образовательной программы - 33.05.01 Фармация.

Форма обучения: очная.

Рабочая программа дисциплины подготовлена на кафедре фармации медико-биологического факультета (далее – МБФ) ФГБОУ ВО РНИМУ им. Н.И. Пирогова Минздрава России, авторским коллективом под руководством Крашенинникова Анатолия Евгеньевича, д. фармацевт. наук.

Составители:

№ п.п.	Фамилия, Имя, Отчество	Ученая степень, ученое звание	Занимаемая должность	Основное место работы	Подпись
1	Рожнова Светлана Александровна	канд.фармацевт. наук	Доцент кафедры фармации МБФ	ФГАОУ РНИМУ им. Н.И. Пирогова Минздрава России	
2	Крылова Ольга Валерьевна	канд.фармацевт. наук	Доцент кафедры фармации МБФ	ФГАОУ ВО Первый МГМУ им. И.М. Сеченова Минздрава России, доцент кафедры фармации	

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры (протокол № 11 от «23» июня 2022 г.).

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению рецензентами:

№ п.п.	Фамилия, Имя, Отчество	Ученая степень, ученое звание	Занимаемая должность	Основное место работы	Подпись
1.	Мошков Владимир Валерьевич	канд.экон.наук	доцент кафедры фармации МБФ	Отраслевой центр компетенций и организации подготовки квалифицированных кадров для системы здравоохранения Минздрава России; ведущий аналитик-эксперт	
2.	Бабаскина Людмила Ивановна	д-р фармацевт.наук, профессор	профессор кафедры фармации Института фармации	ФГАОУ ВО Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова Министерства здравоохранения Российской Федерации (Сеченовский Университет) (ФГАОУ ВО Первый МГМУ им. И.М. Сеченова Минздрава России (Сеченовский Университет))	

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена советом медико-биологического факультета, протокол №1 от «29» августа 2022 г.

Нормативно-правовые основы разработки и реализации рабочей программы дисциплины:

- 1) Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования –специалитет по специальности 33.05.01 Фармация, утвержденный Приказом Министра образования и науки Российской Федерации от «27» марта 2018 года. № 2019 (Далее – ФГОС ВО 3++).
- 2) Общая характеристика образовательной программы (пояснительная записка).
- 3) Учебный план образовательной программы.
- 4) Устав и локальные акты Университета.

## **1. Общие положения**

### **1.1. Цель и задачи освоения дисциплины**

**1.1.1. Целью освоения дисциплины является** получение обучающимися системных теоретических и прикладных знаний и компетенций в области продвижения лекарственных препаратов и медицинских изделий на фармацевтическом рынке.

#### **1.1.2. Задачи, решаемые в ходе освоения программы дисциплины:**

- сформировать систему знаний в области продвижения лекарственных препаратов, позволяющую осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;
- сформировать систему знаний в области продвижения лекарственных препаратов, позволяющую проводить анализ проблемных ситуаций как системы, выявлять ее составляющие и связи между ними;
- сформировать систему знаний в области продвижения лекарственных препаратов, позволяющую определять пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и осуществлять проектирование процессов по их устранению;
- сформировать систему знаний в области продвижения лекарственных препаратов, позволяющую осуществлять профессиональную деятельность с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств;
- сформировать систему знаний в области продвижения лекарственных препаратов, позволяющую соблюдать нормы и правила, установленные уполномоченными органами государственной власти, при решении задач профессиональной деятельности в сфере обращения лекарственных средств;
- сформировать систему знаний в области продвижения лекарственных препаратов, позволяющую решать задачи профессиональной деятельности при осуществлении отпуска и реализации лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации;
- сформировать систему знаний в области продвижения лекарственных препаратов, позволяющую осуществлять предпродажную подготовку, организовывать и проводить выкладку лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента в торговом зале и (или) витринах отделов аптечной организации;
- сформировать систему знаний в области продвижения лекарственных препаратов, позволяющую принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации;
- сформировать систему знаний в области продвижения лекарственных препаратов, позволяющую определить экономические показатели товарных запасов лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента;
- сформировать систему знаний в области продвижения лекарственных препаратов, позволяющую выбирать оптимальных поставщиков и организовывать процессы закупок на основе результатов исследования рынка поставщиков лекарственных средств для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента;
- сформировать систему знаний в области продвижения лекарственных препаратов, позволяющую применять специализированное программное

обеспечение для математической обработки данных наблюдений и экспериментов при решении задач профессиональной деятельности.

## 1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Правила продвижения лекарственных» изучается в 9 семестре и относится к части, формируемой участниками образовательного процесса Блока Б.1.В.В. Дисциплины по выбору.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е./72 ч.

Для успешного освоения настоящей дисциплины обучающиеся должны освоить следующие дисциплины:

- Математика,
- Этика и деонтология профессиональной деятельности провизора,
- Правоведение,
- Иностранный язык,
- Юридические основы деятельности провизора,
- Психология и педагогика,
- Управление и экономика фармации,
- Медицинское и фармацевтическое товароведение.

Знания, умения и опыт практической деятельности, приобретенные при освоении настоящей дисциплины, необходимы для успешного освоения дисциплин

- «Управление и экономика фармации»,
- «Фармацевтическое консультирование и информирование»,

и прохождения следующих практик:

- практика по управлению и экономике фармацевтических организаций
- практика по фармацевтическому консультированию и информированию

## 1.3. Планируемые результаты освоения дисциплины

9 семестр.

Коди наименование компетенции	
Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	
УК-1.ИД1. - Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее	Знать: <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологию системного подхода, критического анализа проблемных ситуаций;</li> <li>- основные принципы критического анализа.</li> </ul>

составляющие и связи между ними	Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- получать новые знания на основе анализа, синтеза и др.;</li> <li>- собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области;</li> <li>- осуществлять поиск информации и решений на основе действий, эксперимента и опыта;</li> <li>- анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними;</li> <li>- грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки.</li> </ul>
	Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- исследования проблемы профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности;</li> <li>- выявления научных проблем и использованием адекватных методов для их решения;</li> <li>- демонстрация оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций.</li> </ul>
УК-1.ИД2. - Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению	Знать:	- методы анализа проблемной ситуации.
	Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определять пробелы в информации и находить пути восполнения этих пробелов;</li> <li>-устанавливать причины возникновения проблемной ситуации;</li> <li>- определять степень полноты и достоверности информации о проблемной ситуации;</li> <li>- осуществлять поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации.</li> </ul>
	Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации;</li> <li>- определять в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке, способов их решения.</li> </ul>
<b>ОПК-3.</b> Способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств		
<b>ОПК-3.ИД1.</b> Соблюдает нормы и правила, установленные уполномоченными органами государственной власти, при решении задач профессиональной деятельности в сфере обращения лекарственных средств	Знать:	<ul style="list-style-type: none"> <li>-основы профессиональной деятельности с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств;</li> <li>-нормы, установленные уполномоченными органами государственной власти, при решении задач профессиональной деятельности в сфере обращения лекарственных средств;</li> <li>-правила, установленные уполномоченными органами государственной власти, при решении задач профессиональной деятельности в сфере обращения лекарственных средств.</li> </ul>

	<p>Уметь:</p>	<p>-решать задачи, связанные с профессиональной деятельностью с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств;</p> <p>-контролировать выполнение фармацевтическим персоналом норм и правил, установленных уполномоченными органами государственной власти при решении задач профессиональной деятельности в сфере обращения лекарственных средств.</p>
	<p>Владеть:</p>	<p>-регистрации отклонения от норм и правил, установленных уполномоченными органами государственной власти, при решении задач профессиональной деятельности в сфере обращения лекарственных средств;</p> <p>-контроля за выполнением фармацевтическим персоналом норм и правил, установленных уполномоченными органами государственной власти при решении задач профессиональной деятельности в сфере обращения лекарственных средств.</p>
<p><b>ПК-2.</b> Способен решать задачи профессиональной деятельности при осуществлении отпуска и реализации лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации</p>		
<p><b>ПК-2.ИД-5.</b> Осуществляет предпродажную подготовку, организует и проводит выкладку лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента в торговом зале и (или) витринах отделов аптечной организации</p>	<p>Знать:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- нормативные требования к помещениям аптечной организации в зависимости от выполняемой функции и категории;</li> <li>- правила предпродажной подготовки лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента;</li> <li>- правила и порядок рациональной выкладки лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента в торговом зале и (или) витринах отделов аптечной организации;</li> <li>- нормативно-правовые требования к рекламе и системе продвижения лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента;</li> <li>- порядок приемочного контроля лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента;</li> <li>- правила документальной регистрации движения лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента.</li> </ul>

	Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- провести предпродажную подготовку лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента;</li> <li>- организовать проведение выкладки лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента в торговом зале и (или) витринах отделов аптечной организации;</li> <li>- провести контроль за соблюдением нормативных требований при выкладке лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента в торговом зале и (или) витринах отделов аптечной организации;</li> <li>- провести контроль за соблюдением нормативных требований при проведении предпродажной подготовке лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента.</li> </ul>
	Владеть практическим опытом (трудовыми действиями):	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проведения предпродажной подготовки лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента;</li> <li>- организации проведения выкладки лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента в торговом зале и (или) витринах отделов аптечной организации;</li> <li>- контроля за соблюдением нормативных требований при выкладке лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента в торговом зале и (или) витринах отделов аптечной организации;</li> <li>- контроля за соблюдением нормативных требований при проведении предпродажной подготовке лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента.</li> </ul>
<b>ПК-6.</b> Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации		
<b>ПК-6.ИД-1.</b> Определяет экономические показатели товарных запасов лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента	Знать:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основы экономического анализа и экономического планирования;</li> <li>- действие основных экономических законов в сфере обращения лекарственных средств;</li> <li>- основные экономические показатели товарных запасов лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента и их расчеты;</li> <li>- факторы, оказывающие влияние на экономические показатели товарных запасов лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента;</li> <li>- способы повышения рентабельности предприятия;</li> <li>- способы снижения производственных потерь аптечной организации.</li> </ul>

	Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определять экономические показатели товарных запасов лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента;</li> <li>- производить необходимые регистрационные процедуры по результатам анализа экономических показателей товарных запасов лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента;</li> <li>- планировать показатели товарных запасов лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента на основании экономического анализа.</li> </ul>
	Владеть практическим опытом (трудовыми действиями):	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определения экономических показателей товарных запасов лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента;</li> <li>- документальной регистрации процедур по результатам анализа экономических показателей товарных запасов лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента.</li> </ul>
<p><b>ПК-6.ИД-2.</b> Выбирает оптимальных поставщиков и организует процессы закупок на основе результатов исследования рынка поставщиков лекарственных средств для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента</p>	Знать:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- структуру и составляющие фармацевтического рынка;</li> <li>- юридические основы фармацевтической деятельности;</li> <li>- правила и порядок проведения аудита поставщиков;</li> <li>- правила и порядок закупок лекарственных средств для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента;</li> <li>- основные методы и приемы маркетинговых исследований в сфере обращения лекарственных средств</li> </ul>
	Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- провести аудит поставщиков;</li> <li>- правила и порядок закупок лекарственных средств для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента;</li> <li>- применять приемы маркетинговых исследований в сфере обращения лекарственных средств;</li> <li>- составлять заявку на закупку лекарственных средств для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента;</li> <li>- организовать процесс закупок на основе результатов исследования рынка поставщиков лекарственных средств для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента.</li> </ul>
	Владеть практическим опытом (трудовыми действиями):	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбора оптимальных поставщиков лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента;</li> <li>- организации процессов закупок на основе результатов исследования рынка поставщиков лекарственных средств для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента</li> </ul>
<p><b>ПК-6.ИД3.</b> Применяет специализированное программное обеспечение для математической обработки</p>	Знать:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основы «математических пакетов» обработки данных наблюдений и экспериментов при решении задач профессиональной деятельности;</li> <li>- основы табличного процессора Excel;</li> </ul>

данных наблюдений и экспериментов при решении задач профессиональной деятельности		- правила оформления документов при обработке данных наблюдений и экспериментов;
	Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- контролировать работу программного обеспечения обработки данных наблюдений и экспериментов;</li> <li>- вводить данные результаты наблюдений в программу Excel;</li> <li>- работать с графическими рисунками и диаграммами в программе Excel;</li> <li>- работать с разнообразными вычислительными средствами;</li> </ul>
	Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работы с программным обеспечением для статистического анализа данных наблюдений и экспериментов (SPSS, Statistica);</li> <li>- работы с мультимедиа-энциклопедиями и справочниками, графическими редакторами при обработке данных наблюдений и экспериментов при решении задач профессиональной деятельности.</li> </ul>

## 2. Формы работы обучающихся, виды учебных занятий и их трудоёмкость

Формы работы обучающихся / Виды учебных занятий/ Формы промежуточной аттестации	Всего часов	Распределение часов по семестрам										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>Учебные занятия</b>												
<i>Контактная работа обучающихся с преподавателем в семестре (КР), в т.ч.:</i>	<b>32</b>										32	
Лекционное занятие (ЛЗ)	<b>16</b>										16	
Семинарское занятие (СЗ)	<b>12</b>										12	
Практическое занятие (ПЗ)												
Практикум (П)												
Лабораторно-практическое занятие (ЛПЗ)												
Лабораторная работа (ЛР)												
Клинико-практические занятия (КПЗ)												
Специализированное занятие (СПЗ)												
Комбинированное занятие (КЗ)												
Коллоквиум (К)	<b>4</b>										4	
Контрольная работа (КР)												
Итоговое занятие (ИЗ)												
Групповая консультация (ГК)												
Конференция (Конф.)												
Иные виды занятий												
<i>Самостоятельная работа обучающихся в семестре (СРО), в т.ч.</i>	<b>40</b>										40	
Подготовка к учебным аудиторным занятиям	<b>32</b>										32	
Подготовка истории болезни												
Подготовка курсовой работы												
Подготовка реферата	<b>8</b>										8	
Иные виды самостоятельной работы (в т.ч. выполнение практических заданий проектного, творческого и др. типов)												
<b>Промежуточная аттестация</b>												
<i>Контактная работа обучающихся в ходе промежуточной аттестации (КРПА), в т.ч.:</i>												
Зачёт (З)	*											
Защита курсовой работы (ЗКР)												
Экзамен (Э)												
<i>Самостоятельная работа обучающихся при подготовке к промежуточной аттестации (СРПА), в т.ч.</i>												
Подготовка к экзамену												
<b>Общая трудоёмкость дисциплины (ОТД)</b>	<b>в часах:</b> ОТД = КР+СРС+КРПА+СРПА	<b>72</b>									72	
	<b>в зачетных единицах:</b> ОТД (в часах):36	<b>2</b>									2	

\* При реализации учебной дисциплины с применением БРС время на проведение промежуточной аттестации в форме зачёта или защиты курсовой работы не выделяется. Оценка выставляется по результатам работы в семестре на основе рейтинга.

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Содержание разделов, тем дисциплины

№ п/п	Шифр компетенции	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание раздела и темы в дидактических единицах
1	2	3	4
1.	УК-1.ИД1. УК-1.ИД2. ОПК-3.ИД1. ПК-2.ИД-5. ПК-6.ИД-1. ПК-6.ИД-2. ПК-6.ИД3.	<b>Раздел 1.</b> Система маркетинговых коммуникаций.	Система маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Профессиональная роль медицинского представителя фармацевтической компании.
			Реклама как основной элемент системы маркетинговых коммуникаций.
			Этические и правовые аспекты рекламы лекарственных средств и медицинских изделий на фармацевтическом рынке.
2.	УК-1.ИД1. УК-1.ИД2. ОПК-3.ИД1. ПК-2.ИД-5. ПК-6.ИД-1. ПК-6.ИД-2. ПК-6.ИД3.	<b>Раздел 2.</b> Элементы маркетинговых коммуникаций.	Связи с общественностью, как элемент маркетинговых коммуникаций.
			Стимулирование сбыта и продаж как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).
			Личные продажи и прямой маркетинг как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Выставки и ярмарки в системе ИМК.
			Бренд в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
			Использование Интернета как маркетинговой коммуникации.

#### 3.2. Перечень разделов, тем дисциплины для самостоятельного изучения обучающимися

№ п/п	Шифр компетенции	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание раздела и темы в дидактических единицах
1	2	3	4
1.	УК-1.ИД1. УК-1.ИД2. ОПК-3.ИД1. ПК-2.ИД-5. ПК-6.ИД-1. ПК-6.ИД-2. ПК-6.ИД3.	<b>Раздел 1.</b> Система маркетинговых коммуникаций.	Классификация технологий продвижения лекарственных препаратов. Требования, предъявляемые к медицинским представителям.
			История развития рекламы. Современное состояние и перспективы развития рекламного рынка России. Средства рекламы, особенности их выбора и применения: печатная реклама, публикации в прессе, теле- и радиореклама, прямая почтовая рассылка (директ мейл), наружная реклама, реклама на транспорте, сувенирная реклама, Интернет-реклама.
			Правовые последствия распространения недостоверной рекламы и недостоверной информации о лекарственных препаратах. Работа с нормативно-правовой документацией: Федеральный закон «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» от 21.11.2011 №323; Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 г. №2300-ФЗ; Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 г. №38-ФЗ.

2.	УК-1.ИД1. УК-1.ИД2. ОПК-3.ИД1. ПК-2.ИД-5. ПК-6.ИД-1. ПК-6.ИД-2. ПК-6.ИД3.	Раздел 2. Элементы маркетинговых коммуникаций.	История становления и основные направления публичных рилейшнз: паблисити; формирование и защита имиджа; спонсорство; благотворительность, меценатство; лоббирование.
			История выставочной деятельности. Классификация выставок и ярмарок по тематике, периодичности и географии проведения.
			Развитие конкуренции на мировом рынке. Роль брендинга в продвижении товаров. Характеристика Интернета, его назначение и ресурсы.

#### 4. Тематический план дисциплины

##### 4.1. Тематический план контактной работы обучающихся с преподавателем

№ п/п	Виды учебных занятий/ форма промежуточной аттестации*	Период обучения (семестр). Наименование раздела, темы дисциплины. Тема учебного занятия	Количество часов контактной работы	Виды текущего контроля	Формы проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации***				
					П	А	ОП	ОУ	ТЭ
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>9 семестр</b>									
<b>Раздел 1. Система маркетинговых коммуникаций.</b>			<b>14</b>						
1	ЛЗ	Система маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Профессиональная роль медицинского представителя фармацевтической компании.	2	Д	*				
2	СЗ	Основные технологические группы продвижения лекарственных препаратов.	2	Т	*	*	*		
3	ЛЗ	Реклама как основной элемент системы маркетинговых коммуникаций.	2	Д	*				
4	СЗ	Реклама как инструмент продвижения лекарственных препаратов. Рекламный менеджмент в сфере обращения лекарственных препаратов, медицинских изделий и фармацевтических товаров.	2	Т	*	*	*		
5	ЛЗ	Этические и правовые аспекты рекламы лекарственных средств и медицинских изделий на фармацевтическом рынке.	2	Д	*				
6	СЗ	Этические и правовые аспекты рекламы лекарственных средств и медицинских изделий на фармацевтическом рынке.	2	Т	*	*	*		
7	К	<b>Модульный контроль №1 Система маркетинговых коммуникаций. Реклама как основной элемент системы маркетинговых коммуникаций.</b>	2	Р	*			*	*
<b>Раздел 2. Элементы маркетинговых коммуникаций.</b>			<b>18</b>						
8	ЛЗ	Связи с общественностью, как элемент маркетинговых коммуникаций.	2	Д	*				
9	СЗ	Особенности стратегических, тактических и оперативных целей стимулирования. Сбытовой аппарат фирмы, посредник и потребитель как	2	Т	*	*	*		

		основные группы воздействия. Основные инструменты стимулирования сбыта.							
10	ЛЗ	Стимулирование сбыта и продаж как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).	2	Д	*				
11	ЛЗ	Личные продажи и прямой маркетинг как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Выставки и ярмарки в системе ИМК.	2	Д	*				
12	ЛЗ	Бренд в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.	2	Д	*				
13	ЛЗ	Использование Интернета как маркетинговой коммуникации.	2	Д	*				
14	СЗ	Классификация форм прямого маркетинга. Бренд в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Использование Интернета как маркетинговой коммуникации.	2	Т	*	*	*		
15	СЗ	Решение ситуационных задач.	2	Т	*	*	*		
16	К	<b>Итоговый контроль.</b>	2	И	*				*
		<b>Всего за семестр:</b>	<b>32</b>						

(\* см. табл. 2, \*\*, \*\*\* смотри условные обозначения,)

### Условные обозначения:

Виды учебных занятий и формы промежуточной аттестации \*

Виды учебных занятий, формы промежуточной аттестации	Сокращённое наименование	
Лекционное занятие	Лекция	ЛЗ
Семинарское занятие	Семинар	СЗ
Практическое занятие	Практическое	ПЗ
Практикум	Практикум	П
Лабораторно-практическое занятие	Лабораторно-практическое	ЛПЗ
Лабораторная работа	Лабораторная работа	ЛР
Клинико-практические занятия	Клинико-практическое	КПЗ
Специализированное занятие	Специализированное	СЗ
Комбинированное занятие	Комбинированное	КЗ
Коллоквиум	Коллоквиум	К
Контрольная работа	Контр. работа	КР
Итоговое занятие	Итоговое	ИЗ
Групповая консультация	Групп. консультация	КС
Конференция	Конференция	Конф.
Защита курсовой работы	Защита курсовой работы	ЗКР
Экзамен	Экзамен	Э

### Виды текущего контроля успеваемости (ВТК)\*\*

Виды текущего контроля успеваемости (ВТК)**	Сокращённое наименование		Содержание
Текущий дисциплинирующий контроль	Дисциплинирующий	Д	Контроль посещаемости занятий обучающимся

Текущий тематический контроль	Тематический	Т	Оценка усвоения обучающимся знаний, умений и опыта практической деятельности на занятиях по теме.
Текущий рубежный (модульный) контроль	Рубежный	Р	Оценка усвоения обучающимся знаний, умений и опыта практической деятельности по теме (разделу, модулю) дисциплины
Текущий итоговый контроль	Итоговый	И	Оценка усвоения обучающимся знаний, умений и опыта практической деятельности по темам (разделам, модулям) дисциплины

**Формы проведения текущего контроля успеваемости  
и промежуточной аттестации обучающихся /виды работы обучающихся/ \*\*\***

№	Формы проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (ФТКУ) ***	Техническое и сокращённое наименование		Виды работы обучающихся (ВРО) ***	Типы контроля
1	Контроль присутствия (КП)	Присутствие	КП	Присутствие	Присутствие
2	Учет активности (А)	Активность	А	Работа на занятии по теме	Участие
3	Опрос устный (ОУ)	Опрос устный	ОУ	Выполнение задания в устной форме	Выполнение обязательно
4	Опрос письменный (ОП)	Опрос письменный	ОП	Выполнение задания в письменной форме	Выполнение обязательно
5	Опрос комбинированный (ОК)	Опрос комбинированный	ОК	Выполнение заданий в устной и письменной форме	Выполнение обязательно
6	Тестирование в электронной форме (ТЭ)	Тестирование	ТЭ	Выполнение тестового задания в электронной форме	Выполнение обязательно
7	Проверка реферата (ПР)	Реферат	ПР	Написание (защита) реферата	Выполнение обязательно
8	Проверка лабораторной работы (ЛР)	Лабораторная работа	ЛР	Выполнение (защита) лабораторной работы	Выполнение обязательно
9	Подготовка учебной истории болезни (ИБ)	История болезни	ИБ	Написание (защита)	Выполнение обязательно

				учебной истории болезни	
10	Решение практической (ситуационной) задачи (РЗ)	Практическая задача	РЗ	Решение практической (ситуационной) задачи	Выполнение обязательно
11	Подготовка курсовой работы (ПКР)	Курсовая работа	ПКР	Выполнение (защита) курсовой работы	Выполнение обязательно
12	Клинико-практическая работа (КПР)	Клинико-практическая работа	КПР	Выполнение клинико-практической работы	Выполнение обязательно
13	Проверка конспекта (ПК)	Конспект	ПК	Подготовка конспекта	Выполнение обязательно
14	Проверка контрольных нормативов (ПKN)	Проверка нормативов	ПKN	Сдача контрольных нормативов	Выполнение обязательно
15	Проверка отчета (ПО)	Отчет	ПО	Подготовка отчета	Выполнение обязательно
16	Контроль выполнения домашнего задания (ДЗ)	Контроль самостоятельной работы	ДЗ	Выполнение домашнего задания	Выполнение обязательно, Участие
17	Контроль изучения электронных образовательных ресурсов (ИЭОР)	Контроль ИЭОР	ИЭОР	Изучения электронных образовательных ресурсов	Изучение ЭОР

#### 4.2. Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Период обучения (семестр). Наименование раздела, тема дисциплины	Содержание самостоятельной работы обучающихся	Всего часов
1	2	3	4
<b>9 семестр</b>			
1.	<b>Раздел 1. Система маркетинговых коммуникаций.</b>	Классификация технологий продвижения лекарственных препаратов.	<b>2</b>
		Требования, предъявляемые к медицинским представителям.	<b>2</b>
		История развития рекламы., Интернет-реклама.	<b>2</b>
		Современное состояние и перспективы развития рекламного рынка России.	<b>2</b>
		Средства рекламы, особенности их выбора и применения: печатная реклама, публикации в прессе, теле- и радиореклама, прямая почтовая рассылка (директ мейл), наружная реклама, реклама на транспорте, сувенирная реклама	<b>10</b>
		Правовые последствия распространения недостоверной рекламы и недостоверной информации о лекарственных препаратах.	<b>2</b>

		Работа с нормативно-правовой документацией: Федеральный закон «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» от 21.11.2011 №323; Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 г. №2300-ФЗ; Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 г. №38-ФЗ.	<b>4</b>
2.	<b>Раздел 2. Элементы маркетинговых коммуникаций.</b>	История становления и основные направления публичных отношений: публицити; формирование и защита имиджа; спонсорство; благотворительность, меценатство; лоббирование	<b>6</b>
		История выставочной деятельности.	<b>2</b>
		Классификация выставок и ярмарок по тематике, периодичности и географии проведения.	<b>2</b>
		Развитие конкуренции на мировом рынке.	<b>2</b>
		Роль брендинга в продвижении товаров.	<b>2</b>
		Характеристика Интернета, его назначение и ресурсы.	<b>2</b>
<b>Итого:</b>			<b>40</b>

## 5. Организация текущего контроля успеваемости обучающихся

### 5.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости обучающихся

#### 5.1.1. Условные обозначения

##### Типы контроля (ТК)\*

Типы контроля		Тип оценки
Присутствие	П	наличие события
Участие (дополнительный контроль)	У	дифференцированный
Изучение электронных образовательных ресурсов (ЭОР)	И	наличие события
Выполнение (обязательный контроль)	В	дифференцированный

##### Виды текущего контроля успеваемости (ВТК)\*\*

Виды текущего контроля успеваемости (ВТК)**	Сокращённое наименование		Содержание
Текущий дисциплинирующий контроль	Дисциплинирующий	Д	Контроль посещаемости занятий обучающимся
Текущий тематический контроль	Тематический	Т	Оценка усвоения обучающимся знаний, умений и опыта практической деятельности на занятиях по теме.
Текущий рубежный (модульный) контроль	Рубежный	Р	Оценка усвоения обучающимся знаний, умений и опыта практической деятельности по теме (разделу, модулю) дисциплины
Текущий итоговый контроль	Итоговый	И	Оценка усвоения обучающимся знаний, умений и опыта практической деятельности по темам (разделам, модулям) дисциплины

\* ЭОР — электронные образовательные ресурсы

### 5.1.2 Структура текущего контроля успеваемости по дисциплине

Виды занятий		Формы текущего контроля успеваемости (виды работы) (ФТКУ)*		ТК*	ВТК**	Max.	Min.	Шаг
Лекция	ЛЗ	Контроль присутствия	КП	П	Д	1	0	1
Семинар	СЗ	Контроль присутствия	КП	П	Т	1	0	1
		Учет активности	А	У	Т	10	0	1
		Опрос письменный	ОП	П	Т	10	0	1
Лабораторно-практическое занятие	ЛПЗ	Контроль присутствия	КП	П	Д			
		Учет активности	А	У	Т			
		Тестирование в электронной форме	ТЭ	В	Т			
		Опрос письменный	ОП	В	Т			
Коллоквиум (рубежный (модульный) контроль)	К	Контроль присутствия	КП	П	Д	1	0	1
		Опрос устный	ОУ	В	Р	10	0	1
		Тестирование в электронной форме	ТЭ	В	Р	30	0	1
Коллоквиум (итоговый контроль)	ИЗ	Контроль присутствия	КП	П	Д	1	0	1
		Тестирование в электронной форме	ТЭ	В	И	50	0	1

### 5.1.3. Весовые коэффициенты текущего контроля успеваемости обучающихся (по видам контроля и видам работы)

Вид контроля	План в %	Исходно		Вид работы	ТК	План в %	Исходно		Кэф.
		Баллы	%				Баллы	%	
Текущий контроль (дисциплинирующий)	10			Присутствие	П	10			
Текущий тематический контроль	25			Опрос письменный	В	15			
				Учет активности	У	10			
Текущий рубежный (модульный) контроль	35			Тестирование в электронной форме	В	10			
				Опрос устный	В	25			
Итоговый контроль	30			Тестирование	В	30			
Max. кол. баллов	100								

### 5.2. Порядок текущего контроля успеваемости обучающихся

Критериями успеваемости и успешности обучающегося по итогам текущего контроля успеваемости по дисциплине в балльно-рейтинговой системе (далее - БРС) являются:

- рейтинговая оценка за выполнение отдельного вида работы на занятии,
- процент выполнения отдельного вида работы на занятии,

- рейтинговая оценка за занятие,
- процент выполнения за занятие,
- текущий рейтинг обучающегося по дисциплине,
- семестровый рейтинг обучающегося по дисциплине.

5.2.1. Рейтинговая оценка за выполнение отдельного вида работы на занятии ( $RO_{вr_i}$ ) рассчитывается в баллах.

Рейтинговая оценка за выполнение отдельного вида работы на занятии равна произведению баллов, которые были выставлены обучающемуся за выполнение соответствующего вида работы и весового коэффициента, предусмотренного БРС для этого вида работы:

$$RO_{вr_i} = O_{вr_i} * K_{вr_i} \quad (1)$$

$O_{вr_i}$  - балл за выполнение отдельного вида работы на занятии  
 $K_{вr_i}$  - весовой коэффициент для соответствующего вида работы.

Максимальная рейтинговая оценка за выполнение отдельного вида работы на занятии ( $maxRO_{вr_i}$ ) равна произведению максимальных баллов, которые установлены за выполнение соответствующего вида работы и весового коэффициента, предусмотренного БРС для этого вида работы:

$$maxRO_{вr_i} = maxO_{вr_i} * K_{вr_i} \quad (2)$$

$maxO_{вr_i}$  - максимальный балл за выполнение отдельного вида работы на занятии.  
 $K_{вr_i}$  - весовой коэффициент для соответствующего вида работы.

5.2.2. Процент выполнения отдельного вида работы на занятии ( $RO_{вr_i}\%$ ) рассчитывается как отношение баллов, полученных обучающимся за выполнение отдельного вида работы к максимально возможному количеству баллов, которое мог получить обучающийся за этот вид работы:

$$RO_{вr_i}\% = O_{вr_i} / maxO_{вr_i} * 100\% \quad (3)$$

$O_{вr_i}$  - балл за выполнение отдельного вида работы на занятии.  
 $maxO_{вr_i}$  - максимальный балл за выполнение отдельного вида работы на занятии.

5.2.3. Рейтинговая оценка за занятие ( $RO_z$ ) рассчитывается в баллах.

Рейтинговая оценка за занятие равна сумме рейтинговых оценок обучающегося за выполнение отдельных видов работы на занятии в баллах:

$$RO_z = RO_{вr_1} + RO_{вr_2} + RO_{вr_3} + \dots \quad (4)$$

Максимальная рейтинговая оценка за занятие ( $maxRO_z$ ) равна сумме максимальных рейтинговых оценок за выполнение отдельных видов работы на занятии в баллах:

$$maxRO_z = maxRO_{вr_1} + maxRO_{вr_2} + maxRO_{вr_3} + \dots \quad (5)$$

5.2.4. Процент выполнения за занятие ( $RO_z\%$ ) рассчитывается как отношение суммы баллов, полученных обучающимся за выполнение отдельных видов работы на занятии к сумме максимальных баллов, установленных за выполнение соответствующих видов работы на занятии:

$$RO_z\% = \sum(O_{вr_i}) / \sum(maxO_{вr_i}) * 100\% \quad (6)$$

Овр<sub>і</sub> – балл за выполнение отдельного вида работы на занятии.  
 maxОвр<sub>і</sub> – максимальный балл за выполнение отдельного вида работы на занятии.

5.2.5. Рейтинговая оценка за занятие, на котором предусмотрено проведение рубежного или итогового контроля, играет важную роль в формировании текущего и семестрового рейтинга обучающегося.

Если процент выполнения за занятие, на котором проводился рубежный или итоговый контроль, составляет 70% и более, то соответствующий контроль признаётся пройденным, а полученные баллы суммируются к текущему и семестровому рейтингу. Если рейтинг обучающегося за занятие, на котором проводился рубежный или итоговый контроль, составляет менее 70%, то соответствующий контроль признаётся не пройденным, а полученные баллы к текущему и семестровому рейтингу не суммируются.

5.2.6. Текущий рейтинг обучающегося по дисциплине (RT%) рассчитывается в процентах.

Текущий рейтинг обучающегося по дисциплине рассчитывается как отношение суммы рейтинговых оценок обучающегося за все занятия (в баллах) к сумме максимальных рейтинговых оценок за все занятия (в баллах). Текущий рейтинг рассчитывается по всем занятиям семестра, завершённым на текущую дату.

$$RT\% = (RO_{z1} + RO_{z2} + RO_{z3} + \dots) / (\max RO_{z1} + \max RO_{z2} + \max RO_{z3} + \dots) * 100\% \quad (7)$$

RO<sub>z i</sub> – сумма рейтинговых оценок обучающегося (в баллах) за все занятия семестра, завершённых на текущую дату, с учетом п.5.2.5;  
 maxRO<sub>z i</sub> – сумма максимальных рейтинговых оценок (в баллах) за все занятия семестра, завершённые на текущую дату.

5.2.7. Семестровый рейтинг обучающегося по дисциплине (RC%) рассчитывается в процентах.

Семестровый рейтинг обучающегося по дисциплине рассчитывается как отношение суммы рейтинговых оценок обучающегося за все занятия (в баллах) к сумме максимальных рейтинговых оценок за все занятия (в баллах). Семестровый рейтинг рассчитывается по всем занятиям семестра, включённым в тематический план дисциплины.

$$RC\% = (RO_{z1} + R_{zO2} + RO_{z3} + \dots) / (\max RO_{z1} + \max RO_{z2} + \max RO_{z3} + \dots) * 100\% \quad (8)$$

RO<sub>z i</sub> – сумма рейтинговых оценок обучающегося (в баллах) за все занятия семестра, с учетом п.5.2.5;

maxRO<sub>z i</sub> – сумма максимальных рейтинговых оценок (в баллах) за все занятия семестра.

На основании семестрового рейтинга и процента выполнения за занятия, на которых предусмотрено проведение рубежного контроля, осуществляется допуск обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине в форме экзамена и проводится промежуточная аттестация в форме зачёта или защиты курсовой работы.

Допуск обучающегося к промежуточной аттестации в форме экзамена осуществляется при выполнении всех нижеперечисленных условий:

- семестровый рейтинг больше либо равен 70%,
- процент выполнения за каждое занятие, на котором проводился рубежный контроль в семестре, больше либо равен 70%.

## 6. Организация промежуточной аттестации обучающихся

### 9 семестр.

- 1). Форма промежуточной аттестации согласно учебному плану – зачет.
- 2). Форма организации промежуточной аттестации – по результатам работы в семестре на основе рейтинга.

## 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (по периодам освоения образовательной программы) – согласно п. 1.3. настоящей рабочей программы дисциплины.

7.2. Критерии, показатели и порядок промежуточной аттестации обучающихся с использованием балльно-рейтинговой системы. Порядок перевода рейтинговой оценки обучающегося в традиционную систему оценок.

### Порядок промежуточной аттестации по дисциплине в форме зачёта

Промежуточная аттестация по дисциплине в форме зачёта проводится на основании результатов текущего контроля успеваемости обучающегося в семестре, в соответствии с расписанием занятий по дисциплине, как правило на последнем занятии.

Время на подготовку к промежуточной аттестации не выделяется.

Критериями успеваемости и успешности обучающегося по итогам промежуточной аттестации по дисциплине в форме зачёта в БРС являются:

- итоговый рейтинг обучающегося по дисциплине (РИ%);
- рейтинговые оценки обучающегося за каждое занятие, на котором предусмотрено проведение рубежного контроля.

Итоговый рейтинг обучающегося по дисциплине (РИ%), по которой согласно учебному плану образовательной программы промежуточная аттестация обучающихся проводится в форме зачёта, равен семестровому рейтингу.

$$РИ\% = RC\%$$

RC% - семестровый рейтинг обучающегося по дисциплине см. формулу (8) в пункте 5.2.7.

Семестровый рейтинг обучающегося по дисциплине (RC%) раздела 5.2.

Порядок текущего контроля успеваемости обучающихся (критерии, показатели и порядок текущего контроля успеваемости обучающихся).

Итоговый рейтинг обучающегося по дисциплине измеряется в процентах.

Итоговый рейтинг обучающегося по дисциплине переводится в традиционную шкалу оценок «зачтено», «не зачтено».

Оценка обучающемуся «зачтено» по итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется при выполнении всех нижеперечисленных условий:

- итоговый рейтинг обучающегося (РИ%) находится в пределах от 70% до 100%;
- процент выполнения (РОз%) за каждое занятие, на котором проводился рубежный контроль в семестре, равен 70% или более.

ROз% - процент выполнения за занятие. См. формулу (6) в пункте 5.2.4. раздела 5.2. Порядок текущего контроля успеваемости обучающихся (критерии, показатели и порядок текущего контроля успеваемости обучающихся).

Оценка обучающемуся «не зачтено» выставляется при невыполнении хотя бы одного из вышеперечисленных условий.

Оценка «зачтено» выставляется в зачётную ведомость или в экзаменационный (зачётный) лист, а также в зачётную книжку.

Оценка «не зачтено» выставляется в зачётную ведомость или в экзаменационный (зачётный) лист.

## **8. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины**

Обучение дисциплины «Правила продвижения лекарственных препаратов» складывается из аудиторных занятий, включающих лекционный курс, семинарские, а также самостоятельной работы студентов.

Лекционные занятия проводятся в соответствии с календарным планом дисциплины и посвящены ее теоретической части. Проводятся на кафедре с использованием демонстрационного материала в виде слайдов, учебных фильмов.

Семинарские занятия начинаются с текущего контроля в форме письменного контроля (1-2 теоретических вопроса), направленного на оценку знаний, полученных студентом в процессе лекционного занятия и самостоятельной работы при подготовке к занятию. Семинарские занятия проходят в учебных аудиториях в форме обсуждения основных вопросов темы занятия и собеседования преподавателя с обучающимся. На семинарских занятиях проводится закрепление теоретических знаний, полученных студентами в процессе лекционных занятий и самостоятельной работы. Студенты проходят изучение основных направлений, принципов, а также нормативно-правовую базу продвижения лекарственных препаратов и медицинских изделий на фармацевтическом рынке.

Все выполненные задания, процедуры, произведенные студентом в процессе практического занятия, подробно описываются и оформляются надлежащим образом в тетради-дневнике по дисциплине.

В процессе семинарского занятия студент оформляет тетрадь в форме дневника, где указывает, дату, тему занятия, оформляет теоретическую и практическую информацию по изучаемой теме, выполняет задания в соответствии с соответствующими методическими указаниями. В конце занятия или после завершения изучения темы преподаватель проверяет оформление дневника.

Самостоятельная работа обучающихся подразумевает:

- ✓ подготовку к практическим занятиям,
- ✓ изучение специальной литературы по теме (рекомендованные учебники, методические пособия, желательно также ознакомление с материалами, опубликованными в монографиях, специализированных журналах, на рекомендованных медицинских сайтах),
- ✓ изучение нормативно-правовых актов,
- ✓ подготовка к рубежному контролю,
- ✓ подготовка к итоговому контролю,
- ✓ подготовка сообщений и рефератов по теме занятий.

Каждый обучающийся обеспечивается доступом к библиотечным фондам кафедры и университета.

Работа студента в группе формирует чувство коллективизма и коммуникабельность.

В ходе изучения дисциплины знания студента контролируются в форме текущего, рубежного (модульного) и итогового контроля.

### ***Примерные темы текущего контроля***

1. Классификация технологий продвижения лекарственных препаратов.
2. История развития рекламы.
3. Интернет-реклама.
4. Современное состояние и перспективы развития рекламного рынка России.
5. Средства рекламы, особенности их выбора и применения: печатная реклама, публикации в прессе, теле- и радиореклама, прямая почтовая рассылка (директ мейл), наружная реклама, реклама на транспорте, сувенирная реклама
6. Правовые последствия распространения недостоверной рекламы и недостоверной информации о лекарственных препаратах.
7. Федеральный закон «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» от 21.11.2011 №323;
8. Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 г. №2300-ФЗ;
9. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 г. №38-ФЗ.
10. История становления и основные направления публичных рилейшнз: паблисити; формирование и защита имиджа; спонсорство; благотворительность, меценатство; лоббирование
11. История выставочной деятельности.
12. Классификация выставок и ярмарок по тематике, периодичности и географии проведения.
13. Развитие конкуренции на мировом рынке.
14. Роль брендинга в продвижении товаров.
15. Характеристика Интернета, его назначение и ресурсы.

### ***Пример билета для рубежного контроля***

1. Понятие «коммуникация» в маркетинге.
2. Основные подходы к пониманию и классификации коммуникации в маркетинге.
3. Используя изученные инструменты связей с общественностью, составьте перечень необходимых материалов для внешней и внутренней коммуникации фирмы.  
Обоснуйте, почему выбранные вами инструменты (типы материалов) должны использоваться специалистами именно при работе с потребительской, деловой, массовой, журналистской, внутренней аудиториями?

### ***Примерный перечень тем к итоговому контролю***

1. Понятие «интегрированные маркетинговые коммуникации» (ИМК). Каковы факторы, определяющие эффективность ИМК? В чем заключается технология интегрирования средств маркетинговых коммуникаций в целостную программу? Какие этапы включает управление процессом интегрированных маркетинговых коммуникаций?
2. Что такое коммуникация? Какие виды коммуникации существуют? Что такое маркетинговые коммуникации и где они используются? Каковы этапы развития коммуникации? Как происходит оценка эффективности маркетинговых коммуникаций организации?
3. Какие инструменты нужно использовать для формирования имиджа предприятия и какие основные правила, и принципы учитывать? Как наличие имиджа влияет на конкурентоспособность фирмы? Почему нужно защищать имидж предприятия? Какие

внешние и внутренние угрозы могут помешать формированию положительного имиджа? Какие существуют риски в связи с продвижением имиджа фирмы?

4. Понятие стимулирования сбыта и продаж товаров с точки зрения различных исследователей. Постановка целей и задач в сфере стимулирования сбыта. Каковы особенности стратегических, тактических и оперативных целей стимулирования? Каков алгоритм выбора средств стимулирования для конкретной программы стимулирования сбыта? Какие бывают инструменты стимулирования пробных покупок потребителями?

5. Место личных продаж в комплексе маркетинговых коммуникаций. Понятие личной продажи и ее участников. Технология личной продажи и формы ее осуществления. Возможности и особенности личных продаж как процесса, основанного на личном контакте.

6. Представьте классификацию выставок и ярмарок по тематике, периодичности и географии проведения. Перечислите известные российские и зарубежные выставки и ярмарки и дайте их краткую характеристику (не менее 10 шт.). Как осуществляется планирование и оперативный контроль выставочной деятельности организации?

7. Дайте характеристику Интернету, его назначение и ресурсы в коммуникационной инфраструктуре организации. Как осуществляется организация электронной коммерции в Интернете? Охарактеризуйте общую направленность маркетинговой деятельности в Интернете. Как происходит оценка эффективности системы маркетинга в среде Интернет?

8. Перечислите маркетинговые инструменты по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок.

9. На каких принципах строится управление и организация работы рекламных служб и служб по связям с общественностью?

10. Каковы принципы организации и управления рекламной деятельностью? Чем занимается рекламный отдел в службе маркетинга предприятия и какова организация его работы? Что представляют собой планирование и оперативный контроль рекламной работы в фирме?

11. Каковы принципы организации и управления PR-деятельностью? Чем занимается PR-отдел в фирме и какова организация его работы? Что представляют собой планирование и оперативный контроль деятельности по связям с общественностью?

12. Каковы направления и принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации?

13. Что представляет собой концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций компании? В чем ее преимущества и недостатки? Какие маркетинговые коммуникации можно интегрировать для достижения маркетинговых целей фирмы по продвижению товаров и услуг на рынок?

14. Какие вы знаете виды рекламных кампаний? Какими методами оценивается эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью в коммерческой организации?

15. Что такое «имидж фирмы»? Какие имиджформирующие мероприятия проводятся организацией для создания и укрепления своего имиджа и имиджа своей продукции? Опишите технологию их разработки и планирования.

16. Как осуществляется использование продакт-плейсмент в медиапрограммах и произведениях искусства? Приведите примеры. Является ли продакт-плейсмент скрытой рекламой? Объясните свой ответ.

### ***Примерные тестовые задания к итоговому контролю***

1. Обязательным элементом процесса коммуникации должен быть:
2. Технология публич рилейшнз включает...
3. Публич рилейшнз это - ...
4. К услугам более применимы следующие средства стимулирования - ...

5. Первичная информация представляет собой - ...
6. Малоформатное нефальцованное или одногибное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом.
7. Издание, не сброшюрованное, а многократно сфальцованное – это...
8. Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров – это...
9. Подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы – это...
10. К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним?

## 9. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение дисциплины

### 9.1. Основная и дополнительная литература по дисциплине:

#### 9.1.1. Основная литература:

№ п/п	Наименование	Автор	Год и место издания	Используется при изучении разделов (тем)	Семестр	Наличие литературы	
						В библиотеке	
						Кол. экз.	Электр. адрес ресурса
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Медицинское и фармацевтическое товароведение	Васнецова О.А.	2016 Москва: Авторская Академия,	1, 2	9	23	<a href="https://www.twirpx.com">https://www.twirpx.com</a>
2	Маркетинг и бизнес-планирование в сфере фармацевтического производства, учеб.пособие	Е.О.Трофимова	СПб.: Издательство СПХФА, 2015	1-4	9		

#### 9.1.2. Дополнительная литература:

№ п/п	Наименование	Автор	Год и место издания	Используется при изучении разделов	Семестр	Наличие доп. литературы			
						В библиотеке		На кафедре	
						Кол. экз.	Электр. адрес ресурса	Кол. экз.	В т.ч. в электрон. виде
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике. Учебное пособие.- 3-е изд.	Ф.И. Шарков	2016, Москва, Издательско-торговая корпорация «Дашков и К» Альтехсофт «Издательство Шаркова».	1, 2	9	-	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>	-	-
2	Разработка и технологии производств	Ф.И. Шарков	2007, Москва, Издательско-торговая	1	9	-	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>	-	-

	а рекламного продукта: Учебник		корпорация «Дашков и К»						
3	Коммуникология: основы теории коммуникации. Учебное пособие.- 4-е изд.	Ф.И. Шарков	2017, Москва, Издательско-торговая корпорация «Дашков и К».	2	9	-	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>	-	-
4	Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие - 3-е изд.	Ф.И. Шарков	2017, Москва, Дашков и К, "Издательство о Шаркова".	2	9	-	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>	-	-
5	Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны»), 3-е изд.	Ф.И. Шарков	2017, Москва, Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»	2	9	-	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>	-	-
6	Паблик рилейшнз. Учебник - 5-е изд.	Ф.И. Шарков	2012, Москва, Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»	2	9	-	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>	-	-
7	Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник	Шарков Ф.И., Бузин В.Н.	2017, Москва, Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»	2	9	-	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>	-	-
8	Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров	М.В. Акулич.	М.: ИТК Дашков и К, 2016.	2	9	-	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>	-	-

### 9.1.3. Нормативно-правовые акты

№ п/п	Наименование документа	Дата и номер
1	Федеральный закон «Об обращении лекарственных средств»	от 12.04.2010 № 61-ФЗ
2	Федеральный закон «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации»	от 21.11.2011 №323
3	Федеральный закон «О защите прав потребителей»	от 07.02.1992 г. №2300-ФЗ

4	Федеральный закон «О рекламе»	от 13.03.2006 г. №38-ФЗ
5	Федеральный закон «О техническом регулировании»	от 27.12.2002 г. №184-ФЗ
6	Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)»	от 08.08.2001 г. №134-ФЗ

Книгообеспеченность образовательной программы представлена по ссылке

<https://rsmu.ru/library/resources/knigoobespechennost/>

## **9.2. Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины, профессиональные базы данных:**

1. <http://eor.edu/ru>
2. <http://www.elibrary.ru>
3. ЭБС «Консультант студента» [www.studmedlib.ru](http://www.studmedlib.ru)
4. <http://www.remedium.ru> (информационно-аналитическое издание, посвященное изучению фармацевтического рынка лекарственных средств);
5. <http://www.medlinks.ru> (информационно-аналитическое издание, посвященное важнейшим направлениям здравоохранения, в том числе, фармации);
6. <http://www.rusvrach.ru> (сайт научно-практического журнала «Фармация»);
7. <http://www.folium.ru> (сайт НПЖ «Химико-фармацевтический журнал»);
8. <http://www.books-up.ru> (электронная библиотечная система);
9. <http://www.biblioclub.ru> (электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» РНИМУ им. Н.И. Пирогова Минздрава России).

## **9.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при наличии);**

1. Автоматизированная образовательная среда университета.
2. Балльно-рейтинговая система контроля качества освоения образовательной программы в автоматизированной образовательной системе университета.
3. Набор тестовых заданий по дисциплине в БРС
4. Лекции по дисциплине.
5. MicrosoftOfficeWord.
6. MicrosoftOfficeExcel.
7. MicrosoftOfficePowerPoint

## **9.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Организации из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), как на территории Организации, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда Организации обеспечивает:

➤ доступ к учебному плану, рабочей программе дисциплины, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочей программе дисциплины;

➤ формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренные программой специалитета, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения (ноутбуки, мультимедийный проектор, проекционный экран, телевизор, конференц-микрофон, блок управления оборудованием)

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Организации.

Организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения (состав определяется в рабочей программе дисциплины и подлежит обновлению при необходимости).

Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочей программе дисциплины, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочей программе дисциплины и подлежит обновлению (при необходимости).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

#### **Приложения:**

1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине.

2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

## Содержание

1	Общие положения	4
1.1.	Цель и задачи освоения дисциплины	4
1.2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
1.3.	Планируемые результаты освоения дисциплины	5
2.	Трудоёмкость учебной дисциплины по видам учебных занятий, формам промежуточной аттестации и формам работы обучающихся	9
3.	Содержание дисциплины	10
4.	Тематический план дисциплины	11
5.	Организация текущего контроля успеваемости обучающихся	13
6.	Организация промежуточной аттестации обучающихся	16
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	16
7.1.	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, и критерии их оценки (дескрипторы)	16
7.2.	Порядок промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	17
8.	Методические указания обучающимся по освоению дисциплины	18
9.	Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение дисциплины	23
9.1.	Основная и дополнительная литература по дисциплине	23
9.2.	Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	25
9.3.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	25
9.4.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	25
	Приложения:	26
1.	Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине	26
2.	Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	26

