

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП
Зайцев В.В.
«06» ноября 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой менеджмента
Крюкова Е.В.
«06» ноября 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МОДЕЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

Составитель	Туктарова А.Н., старший преподаватель кафедры менеджмента
Согласовано с работодателями:	Бареева Г.Р., директор аптеки «Шах» (ИП «Бареева Г.Р.») Дронкина Е.В., территориальный менеджер ООО «Социальная аптека 8»
Направление подготовки	33.05.02 Фармация
Направленность (профиль) ОПОП	
Квалификация (степень)	провизор
Форма обучения	очная
Год приема	2026
Курс	5
Семестр	9

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целями освоения дисциплины «модели предпринимательской деятельности на фармацевтическом рынке» являются: углубление знаний по проблемам организации и ведения эффективной предпринимательской деятельности в условиях фармацевтического рынка и формирование компетенций и навыков студентов по ведению предпринимательской деятельности в фармации.

1.2. Задачи освоения дисциплины «модели предпринимательской деятельности на фармацевтическом рынке»:

1. Расширение знаний о современных формах индивидуального и коллективного предпринимательства в сфере фармации.
2. Расширение знаний по учету и анализу финансово-хозяйственной деятельности фармацевтических организаций.
3. Формирование навыков бизнес-планирования и организации предприятия фармацевтической отрасли.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «модели предпринимательской деятельности на фармацевтическом рынке» относится к дисциплинам по выбору и осваивается в 9-ом семестре.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения, (или) опыт деятельности, формируемые предшествующими дисциплинами:

Основы проектной деятельности (проектные технологии):

Знание: Методы планирования, мониторинга и контроля хода выполнения проектов.

Умение: планировать деятельность команды, определять сроки исполнения отдельных задач и контролировать выполнение планов.

Навыки: применения знаний для решения практических вопросов, связанных с функционированием и развитием фирмы.

Медицинское и фармацевтическое товароведение:

Знание: основы классификации, описания свойств и характеристик лекарственных средств, медицинского оборудования и изделий медицинского назначения.

Умение: проводить оценку качества и соответствия требованиям нормативных документов (регламентов, стандартов) для фармацевтических и медицинских товаров.

Навыки: осуществлять квалифицированный выбор и использование эффективных методик хранения, транспортировки и учета фармацевтических и медицинских товаров, обеспечивающих сохранение их качеств и безопасность пациентов.

2.3. Последующие учебные дисциплины и практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: «Фармакоэкономика», «Фармацевтический маркетинг».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

а) профессиональные компетенции: ПК-6 – способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации

Таблица 1 - Декомпозиция результатов обучения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ПК-6	ПК-6.1 Определяет экономические показатели товарных запасов лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента	Теоретические основы управления товарными запасами в розничной торговле Систему ключевых экономических показателей товарного запаса Влияние характеристик фармацевтического рынка на управление запасами: сезонность спроса, сроки годности, условия хранения, нормативно-правовые ограничения Основные модели формирования товарного запаса Принципы расчета оптимального размера заказа и точки заказа с учетом специфики фармацевтической продукции.	Рассчитывать основные показатели эффективности управления товарными запасами Проводить анализ ассортимента аптеки для сегментации товарных позиций. Формулировать управленческие рекомендации на основе анализа Прогнозировать потребность в товарных запасах на основе данных оборачиваемости и плановых продажах.	Навыками работы с программным обеспечением Методикой комплексной оценки экономической эффективности товарного запаса аптечной организации Навыками принятия обоснованных предпринимательских решений по управлению запасами в рамках различных моделей аптечного бизнеса Профессиональной терминологией в области товарного менеджмента и экономики фармацевтической организации
	ПК-6.2 Выбирает оптимальных поставщиков и организует процессы закупок на основе результатов исследования рынка поставщиков лекарственных средств для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента	Структуру и особенности рынка поставщиков фармацевтической продукции в РФ Критерии выбора оптимального поставщика: надежность, финансовые условия, логистические условия, ассортиментная политика, качество сервиса, репутация. Методы исследования рынка поставщиков: анализ коммерческих предложений Правовые и нормативные основы закупочной деятельности в аптечной организации Основные модели и стратегии закупок в зависимости от бизнес-модели аптеки	Проводить системный анализ рынка поставщиков по заданным параметрам Сравнивать и оценивать потенциальных поставщиков по комплексу критериев Рассчитывать полную стоимость владения для закупаемых позиций Разрабатывать план и график закупок, синхронизированный с данными об оборачиваемости товарных запасов, прогнозами продаж и маркетинговой активностью. Формулировать технические задания и анализировать коммерческие предложения. Организовывать процесс заказа,	Навыками ведения деловых переговоров с представителями поставщиков по условиям сотрудничества Навыками работы с договорной документацией на предмет соответствия интересам аптечной организации. Методиками выбора оптимального поставщика для различных товарных категорий Навыками использования ИТ-инструментов для исследования рынка и автоматизации

		Принципы формирования и ведения базы данных (картотеки) поставщиков.	контроля поставки и сверки документов. Оценивать риски при работе с поставщиками и предлагать меры по их минимизации.	закупочного процесса Навыками оценки эффективности выбранной стратегии закупок и ее корректировки в зависимости от изменения условий рынка или бизнес-модели аптеки.
	ПК-6.3 Контролирует исполнение договоров на поставку лекарственных средств для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента	Структуру и существенные условия типового договора поставки для аптечной организации: предмет договора, условия о цене и порядке расчетов, сроки и порядок поставки, условия приемки товара, ответственность сторон, порядок разрешения споров Правовые основы, регулирующие исполнение договоров Нормативные требования к сопроводительным документам на лекарственные средства Критические точки контроля в процессе исполнения договора: формирование заказа, подтверждение поставщиком, отгрузка, транспортировка, приемка по количеству и качеству, документооборот и сверка взаиморасчетов Основные виды нарушений условий договора со стороны поставщика и возможные санкции/меры воздействия Внутренние регламенты аптечной организации, связанные с приемкой товара и претензионной работой.	Читать и интерпретировать договор поставки, выявляя права, обязанности и зоны риска для аптечной организации. Планировать и осуществлять текущий операционный контроль за выполнением графика поставок Организовывать и проводить приемку товара по количеству, ассортименту и проверять соответствие документального сопровождения установленным нормам. Оформлять результаты приемки в соответствии с законодательством Формулировать и направлять претензии поставщику в случае нарушения условий договора, вести претензионную переписку. Анализировать статистику исполнения договоров по ключевым поставщикам для принятия управленческих решений о продлении/расторжении сотрудничества.	Навыками ведения претензионно-исковой работы на досудебной стадии Навыками проведения сверки взаимных расчетов с поставщиками на основе данных первичных документов. Навыками документального оформления всех этапов приемки товара и выявленных нарушений с целью защиты интересов аптеки при возможных проверках или судебных разбирательствах. Практическими навыками работы в ИТ-средах для контроля исполнения договоров Навыками коммуникации и ведения переговоров с представителями поставщиков в конфликтных и претензионных ситуациях для защиты интересов бизнеса. Критическим мышлением для оценки степени критичности нарушений и выбора адекватной реакции

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной формы обучения приведена в таблице 2.1.1

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	2
Объем дисциплины в академических часах	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	42
- занятия лекционного типа, в том числе:	14
- практическая подготовка (если предусмотрена)	-
- занятия семинарского типа (семинары, практические, лабораторные), в том числе:	28
- практическая подготовка (если предусмотрена)	4
- в ходе подготовки и защиты курсовой работы	-
- консультация (предэкзаменационная)	-
- промежуточная аттестация по дисциплине	-
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	30
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен), семестр (ы)	Зачет - 9 семестр

Таблица 2.2.1 Структура и содержание дисциплины

Раздел, тема дисциплины	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Особенности российского фармацевтического рынка.	2		6					6	14	Тестирование Фронтальный опрос Практическое задание по теме 1
Тема 2. Предпринимательские инновационные проекты в фармацевтике.	2		6					6	14	Тестирование Фронтальный опрос Практическое задание по теме 2
Тема 3. Анализ доходности и рентабельности предприятия в фарме.	2		6					6	14	Тестирование Фронтальный опрос
Тема 4. Маркетинг и продвижение на фармацевтическом рынке.	4		6	4				6	16	Тестирование фронтальный опрос Кейс
Тема 5. Этические и юридические аспекты	4		4					6	14	Тестирование

Раздел, тема дисциплины	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
предпринимательской деятельности в фармации.										Фронтальный опрос Реферат
Консультации										
Контроль промежуточной аттестации										Зачет
ИТОГО за семестр:	14		28	4				30	72	

Таблица 3. Матрица соотношения разделов, тем учебной дисциплины и формируемых компетенций

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции	Общее кол- во компетенций
		ПК-6	
Тема 1. Особенности российского фармацевтического рынка.	14	+	1
Тема 2. Предпринимательские инновационные проекты в фармацевтике.	14	+	1
Тема 3. Анализ доходности и рентабельности предприятия в фарме.	14	+	1
Тема 4. Маркетинг и продвижение на фармацевтическом рынке.	16	+	1
Тема 5. Этические и юридические аспекты предпринимательской деятельности в фармации.	14	+	1

Краткое содержание каждой темы дисциплины

Тема 1. Особенности российского фармацевтического рынка. Регулятивная среда, барьеры входа на рынок и специфика сертификации лекарственных препаратов. Конкурентоспособность отечественных и импортных производителей.

Тема 2. Предпринимательские инновационные проекты в фармацевтике. Создание стартапов и развитие малого бизнеса в секторе биотехнологий и фармацевтики. Источники финансирования инновационных проектов и пути коммерциализации научных достижений.

Тема 3. Анализ доходности и рентабельности предприятия в фарме. Методы финансового анализа и показатели прибыльности фармацевтических организаций. Управление издержками и ценовыми факторами на этапе вывода нового препарата на рынок.

Тема 4. Маркетинг и продвижение на фармацевтическом рынке. Современные инструменты продвижения препаратов, реклама и digital-каналы коммуникаций. Значение брендинга и факторов потребительского выбора.

Тема 5. Этические и юридические аспекты предпринимательской деятельности в фармации. Проблемы соблюдения этики и правовых норм в маркетинге и производстве лекарств. Вопросы ответственности производителя и защита прав потребителя.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине

Преподаватель организует и проводит учебную и учебно-методическую работу по преподаваемой дисциплине. Освоение дисциплины **«модели предпринимательской деятельности на фармацевтическом рынке»** обучающимися предполагает работу на практических занятиях в виде собеседования по вопросам, выполнения практических заданий под руководством преподавателя как в группах, так и индивидуально, в том числе практическую подготовку. Часть заданий после изучения соответствующей темы обучающиеся выполняют в качестве самостоятельной работы.

Практические занятия — метод обучения, обеспечивающий связь теории и практики, содействующий выработке у студентов умений и навыков применения знаний, полученных в ходе самостоятельной работы. Практические занятия по курсу могут проводиться в различных формах. Характерным для гуманитарных курсов видом заданий является анализ текстов с результатами исследований и их обсуждение. Рекомендуются активные формы занятий, такие как дискуссия, деловая игра, тренинг. Преподавателю важно давать задания в соответствии с возможностями обучающихся на данной стадии обучения, чтобы обеспечить им уверенность в своих силах.

Практическое занятие должно быть нацеленным на формирование определенных умений и закрепления определенных навыков, поэтому цель занятия должна быть заранее известна и понятна преподавателю и обучающимся. Лучше иметь сформулированные в письменном виде цель, задачи, содержание и последовательность занятия, ожидаемый результат.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

К каждому занятию необходимо готовиться по вопросам для собеседования.

Практические задания для самостоятельной работы нужно выполнять после занятия по соответствующей теме. Разъяснения по выполнению данных заданий и примеры их выполнения будут даны на занятии. Выполненные самостоятельно задания необходимо сдать преподавателю на следующем занятии для проверки.

Таблица 4 - Содержание самостоятельной работы обучающихся

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
Тема 1. Особенности российского фармацевтического рынка.	6	Тестирование Фронтальный опрос Практическое задание по теме 1
Тема 2. Предпринимательские инновационные проекты в фармацевтике.	6	Тестирование Фронтальный опрос Практическое задание по теме 2
Тема 3. Анализ доходности и рентабельности предприятия в фарме.	6	Тестирование Фронтальный опрос
Тема 4. Маркетинг и продвижение на фармацевтическом рынке.	6	Тестирование фронтальный опрос Кейс
Тема 5. Этические и юридические аспекты предпринимательской деятельности в фармации.	6	Тестирование Фронтальный опрос Реферат

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Видами заданий для самостоятельной работы могут быть:

- чтение обязательной литературы;
- выполнение письменных домашних заданий (упражнения, разбор кейсов, подготовка практического анализа конкретных ситуаций (ПАКСов) и заданий по задаваемым на дом ситуациям);

- индивидуальная (или групповая) подготовка к анализу конкретной ситуации;
- подготовка презентаций домашних заданий;
- подготовка групповых презентаций по отдельным вопросам курса.

Формы контроля:

- контроль посещаемости аудиторных, практических и контактных занятий;
- оценка активности участия в дискуссиях на аудиторных и контактных занятиях (работа в мини-группах и общей аудитории);
- оценка подготовки студентами ПАКСов;
- оценка всех форм самостоятельной работы (тесты, упражнения, кейсы, и др.).

Порядок проведения тестирования

Контрольное тестирование проводится для оценивания наиболее общих знаний студента по отдельным темам.

Тест – это совокупность усложняющихся вопросов в тестовой форме. Варианты тестовых заданий по дисциплине включают только форму номер один: выбор одного правильного варианта ответа.

Для подготовки к тестированию необходимо близко к тексту запомнить материал лекции и практического занятия, основные термины и понятия по данной теме.

Тестовое задание в форме выбора одного варианта ответа предполагает выделение (указанным в программе способом – подчеркиванием или другим) верного ответа в течение указанного времени.

Подготовка к зачету

Зачет – это итоговая форма оценивания знаний студента по всему курсу изученной дисциплины. Подготовка к ответу на зачет проводится в письменной форме, ответ дается в устной форме, с очным присутствием студента.

Для подготовки к зачету понадобится материал курса, конспекты практических занятий. При высоком уровне подготовки к практическим занятиям и составлении конспектов дополнительной литературы к каждой теме, можно избежать обращения к дополнительным источникам знаний при подготовке к экзамену. Использование конспектом или другими носителями информации на зачете строго запрещено.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины «**модели предпринимательской деятельности на фармацевтическом рынке**» применяются образовательные технологии, развивающие у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений и лидерские качества: кейс - задачи, творческие групповые и индивидуальные задания, проектная деятельность.

Таблица 5 – Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие	Лабораторная работа
Тема 1. Особенности российского фармацевтического рынка.	Обзорная лекция	Тестирование Фронтальный опрос Практическое задание по теме 1	Не предусмотрено
Тема 2. Предпринимательские инновационные проекты в фармацевтике.	Лекция-диалог	Тестирование Фронтальный опрос Практическое задание по теме 2	Не предусмотрено

Тема 3. Анализ доходности и рентабельности предприятия в фарме.	Лекция-диалог	Тестирование Фронтальный опрос	Не предусмотрено
Тема 4. Маркетинг и продвижение на фармацевтическом рынке.	Лекция-диалог	Тестирование фронтальный опрос Кейс	Не предусмотрено
Тема 5. Этические и юридические аспекты предпринимательской деятельности в фармации.	Лекция-диалог	Тестирование Фронтальный опрос Реферат	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронных библиотек, журналов и т. д.) как источников информации;
- использование возможностей электронной почты преподавателя;
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т. д.);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Цифровое обучение») или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров]

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда
Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 10 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер
Notepad++	Текстовый редактор
OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер

6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

<i>Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем</i>
Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем» https://library.asu-edu.ru/catalog/
Электронный каталог «Научные журналы АГУ» https://asu-edu.ru/issledovaniya-i-innovacii/11745-nauchnye-jurnaly-agu.html
Справочная правовая система КонсультантПлюс. Содержится огромный массив справочной правовой информации, российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила. http://www.consultant.ru

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств.

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «**модели предпринимательской деятельности на фармацевтическом рынке**» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6 - Соответствие разделов, тем дисциплины, результатов обучения по дисциплине и оценочных средств

Контролируемый раздел, тема дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
Тема 1. Особенности российского фармацевтического рынка.	ПК-6	Тестирование Фронтальный опрос Практическое задание по теме 1
Тема 2. Предпринимательские инновационные проекты в фармацевтике.		Тестирование Фронтальный опрос Практическое задание по теме 2
Тема 3. Анализ доходности и рентабельности предприятия в фарме.		Тестирование Фронтальный опрос
Тема 4. Маркетинг и продвижение на фармацевтическом рынке.		Тестирование фронтальный опрос Кейс
Тема 5. Этические и юридические аспекты предпринимательской деятельности в фармации.		Тестирование Фронтальный опрос Реферат

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7 – Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8 – Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание по подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задания

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине

Тема 1. Особенности российского фармацевтического рынка

Тестирование

- Основной документ, регламентирующий порядок обращения лекарственных средств в России, это:
 - А) Федеральный закон №61-ФЗ
 - В) Постановление Правительства РФ №1006
 - С) Приказ Минздрава РФ №403н
 - Д) ГОСТ Р 52249-2009
- Процесс регистрации лекарственного препарата включает обязательную процедуру:
 - А) Доклинические исследования
 - В) Клинические исследования
 - С) Сертификацию
 - Д) Всё перечисленное
- Основная задача системы государственных закупок лекарственных средств заключается в:
 - А) Повышении доступности лекарств населению
 - В) Обеспечении госучреждений качественными препаратами
 - С) Контроле качества производимых препаратов
 - Д) Всех перечисленных пунктах
- Один из главных барьеров для выхода иностранной компании на российский рынок — это необходимость:
 - А) Локализация производства
 - В) Высокая конкуренция местных производителей
 - С) Сложности в получении разрешительных документов
 - Д) Ограниченность покупательской способности населения
- Важнейший фактор, определяющий конкурентоспособность лекарственного препарата на российском рынке:
 - А) Цена препарата
 - В) Наличие аналогов-дженериков
 - С) Качество и эффективность препарата
 - Д) Уровень известности бренда
- Российский регулятор, ответственный за выдачу разрешений на клинические исследования лекарственных препаратов:
 - А) Роспотребнадзор

- В) Минпромторг
 - С) Минздрав России
 - D) Росздравнадзор
7. Одним из способов стимулирования спроса на лекарственные препараты являются:
- А) Образовательные конференции врачей
 - В) Реклама на телевидении
 - С) Бесплатные консультации фармацевтов
 - D) Проведение акций в аптеках
8. Основное преимущество оригинальных препаратов перед аналогичными средствами состоит в:
- А) Высоких затратах на разработку
 - В) Большей эффективности лечения
 - С) Продвинутых исследованиях и клинических испытаниях
 - D) Запатентованной формуле активного вещества
9. Причина высоких цен на оригинальные препараты часто обусловлена:
- А) Требованиями Минздрава
 - В) Необходимостью возмещения расходов на исследования и патентование
 - С) Ограниченным сроком действия патента
 - D) Монополизацией рынка крупными производителями
10. Главная цель маркетингового продвижения лекарственных препаратов направлена на:
- А) Увеличение осведомленности врачей о препарате
 - В) Получение дополнительного дохода производителем
 - С) Улучшение здоровья пациентов
 - D) Все перечисленные пункты верны

Фронтальный опрос

1. Перечислите основные регулирующие органы, контролирующие обращение лекарственных средств в России.
2. Для чего нужен государственный реестр лекарственных средств?
3. Как проходит процедура регистрации нового препарата?
4. Приведите пример международного опыта регулирования оборота лекарств, отличающегося от российского.
5. Какова роль саморегулируемых организаций в фармацевтическом бизнесе?

Практическое задание по теме

Разработайте схему процесса регистрации нового препарата, включающую необходимые этапы и государственные инстанции.

Тема 2. Предпринимательские инновационные проекты в фармацевтике

Тестирование

1. Основой любого инновационного проекта в фармации является:
 - А) Научно-исследовательская деятельность
 - В) Патентование идеи
 - С) Вложение капитала
 - D) Поддержка государства
2. Основными источниками финансирования инновационных проектов в фармации выступают:
 - А) Банкротство действующих фирм
 - В) Инвестиции частных лиц и фондов
 - С) Бюджетные ассигнования
 - D) Всё перечисленное верно
3. Наиболее распространённый способ распространения инновационных идей в фармации:

- А) Открытые публикации
 - В) Участие в конференциях и выставках
 - С) Патентование
 - D) Сотрудничество с вузами и научными центрами
4. Ключевая проблема, стоящая перед большинством стартапов в фармации:
- А) Отсутствие должного опыта руководства проектом
 - В) Недостаточное количество финансирования
 - С) Длительный цикл разработки препаратов
 - D) Неготовность рынка принять новые продукты
5. Какая форма сотрудничества позволяет стартапам быстрее выйти на международный рынок?
- А) Франчайзинг
 - В) Совместные предприятия
 - С) Лицензионные соглашения
 - D) Экспорт готовой продукции
6. Наиболее важный критерий успеха инновационного проекта в фармации:
- А) Уникальность технологии
 - В) Размер стартового капитала
 - С) Возможность масштабирования производства
 - D) Потребность рынка в новом продукте
7. Основным фактором, снижающим инвестиционную привлекательность инновационных проектов в фармации, является:
- А) Долгосрочность возврата вложенных средств
 - В) Невысокая квалификация кадров
 - С) Политическая нестабильность
 - D) Недостаточно развитая инфраструктура науки
8. Какие существуют международные стандарты, повышающие доверие инвесторов к инновационным проектам в фармации?
- А) ISO серии 9000
 - В) GMP (Good Manufacturing Practice)
 - С) GLP (Good Laboratory Practice)
 - D) Все перечисленные
9. Одна из важных стадий любого инновационного проекта в фармации — это:
- А) Оформление налогового кредита
 - В) Подготовка научного обоснования эффективности препарата
 - С) Заключение договора с дистрибьютором
 - D) Проверка всех производственных линий на соответствие стандартам
10. Главное отличие инновационных проектов в фармации от традиционных коммерческих инициатив:
- А) Высокий уровень риска и неопределенности
 - В) Длительность периода разработки и тестирования
 - С) Низкая предсказуемость конечного результата
 - D) Всё перечисленное верно

Фронтальный опрос

1. Чем отличается стартап от традиционного бизнеса?
2. Назовите два основных риска, присущих новым фармацевтическим компаниям.
3. Какие источники финансирования подходят начинающим предпринимателям в медицине?
4. Какие преимущества имеет регистрация патента на изобретение?
5. Зачем бизнесу необходима разработка стратегии устойчивого роста?

Практическое задание

Создайте презентацию инвестиционного предложения для гипотетического проекта по созданию нового противовирусного препарата.

Тема 3. Анализ доходности и рентабельности предприятия в фарме

Тестирование

1. Показатель EBITDA (earnings before interest, taxes, depreciation and amortization) представляет собой:
 - A) Прибыль до уплаты процентов, налогов, амортизации и износа
 - B) Доходность от основного вида деятельности
 - C) Валовую прибыль компании
 - D) Чистую прибыль компании
2. Одной из важнейших составляющих анализа рентабельности фармацевтического предприятия является расчёт:
 - A) Себестоимости единицы продукции
 - B) Объемов экспорта
 - C) Величины налоговых выплат
 - D) Средней заработной платы сотрудников
3. Коэффициент рентабельности собственного капитала (ROE) показывает:
 - A) Эффективность использования заемных средств
 - B) Процент отдачи от собственных средств акционеров
 - C) Общий объем доходов компании
 - D) Уровень задолженности компании
4. Стоимость препарата формируется на основании:
 - A) Только затрат на производство
 - B) Затрат на исследование, тестирование и рекламу
 - C) Рыночных тенденций и спроса
 - D) Всего перечисленного вместе
5. Целью анализа безубыточности является определение:
 - A) Максимальной выручки компании
 - B) Минимальных затрат на производство
 - C) Цены, при которой предприятие не получает ни прибыли, ни убытков
 - D) Эффективности налогообложения
6. Наиболее значимый показатель, используемый для оценки инвестиционной привлекательности проекта:
 - A) Чистая приведённая стоимость (NPV)
 - B) Внутренняя норма доходности (IRR)
 - C) Период окупаемости
 - D) Все перечисленные
7. Производственный эффект масштаба в фармацевтике проявляется в снижении:
 - A) Удельных переменных затрат
 - B) Постоянных расходов
 - C) Количества персонала
 - D) Выручки на единицу продукции
8. Какой показатель отражает отношение прибыли к общей сумме активов компании?
 - A) ROS (return on sales)
 - B) ROA (return on assets)
 - C) ROE (return on equity)
 - D) ROIC (return on invested capital)
9. Когда показатель маржи прибыли ниже среднего значения по рынку, это свидетельствует о:
 - A) Неправильной ценовой политике
 - B) Хорошей конкурентоспособности

- C) Высокой востребованности продукта
 - D) Качественном управлении финансами
10. Компания достигла точки безубыточности, если:
- A) Её доходы равны расходам
 - B) Она получила максимальную прибыль
 - C) Её продукция пользуется спросом
 - D) Произошло снижение постоянных затрат

Фронтальный опрос

1. Что такое показатель EBITDA и зачем он применяется?
2. Какие показатели учитываются при расчете чистого дохода компании?
3. В чем разница между операционной прибылью и валовым доходом?
4. Как правильно рассчитать точку безубыточности для предприятия?
5. Что означает положительный коэффициент рентабельности активов (ROA)?

Тема 4. Маркетинг и продвижение на фармацевтическом рынке

Тестирование

1. Целевая аудитория продвижения рецептурного препарата:
 - A) Пациенты
 - B) Врачи и медицинские специалисты
 - C) Сотрудники аптек
 - D) Исследователи
2. Примером инструмента прямого продвижения препарата врачам является:
 - A) Прямая почта
 - B) Медицинские конференции
 - C) Промо-акции в аптеках
 - D) Реклама на радио
3. Термином «Позиционирование» называют:
 - A) Определение места препарата на полке аптеки
 - B) Установление цены на продукцию
 - C) Отличительные характеристики продукта относительно конкурентов
 - D) Географическое расположение производства
4. Основная цель продвижения препаратов — это:
 - A) Предоставление объективной информации потребителям
 - B) Увеличение объема продаж
 - C) Сокращение издержек производства
 - D) Решение юридических споров
5. Нарушение какого законодательного акта приведет к штрафам за некорректную рекламу препаратов?
 - A) Закон о защите конкуренции
 - B) ФЗ №61-ФЗ («Об обращении лекарственных средств»)
 - C) Налоговый кодекс РФ
 - D) Трудовой кодекс РФ
6. Большинство современных кампаний продвижения лекарственных препаратов основывается на методах:
 - A) Директ-маркетинга
 - B) Online-коммуникаций
 - C) Масштабных телевизионных роликах
 - D) Всем перечисленным одновременно
7. Чем отличаются товары категории OTC (Over The Counter):
 - A) Не требуют рецепта врача
 - B) Имеют низкие объемы продаж
 - C) Доступны исключительно онлайн

- D) Продаются исключительно в больницах
- 8. Какой элемент маркетинг-микса оказывает наибольшее влияние на предпочтения пациентов при выборе препарата?
 - A) Цена
 - B) Упаковка и дизайн
 - C) Информационная доступность
 - D) Репутация производителя
- 9. Пример таргетированной рекламы в фармацевтике:
 - A) Генерализованная кампания на телевидении
 - B) Направленная коммуникация через специализированные журналы для медиков
 - C) Массированная наружная реклама
 - D) Раздача листовок возле метро
- 10. Главный инструмент воздействия на решение врача назначить определенный препарат пациенту:
 - A) Консультант-врач или медицинский представитель
 - B) Информация на официальном сайте компании-производителя
 - C) Специальные акции и скидки в аптеке
 - D) Буклеты и проспекты в поликлиниках

Фронтальный опрос

1. Назовите две эффективные техники продвижения лекарственных препаратов.
2. От чего зависит успех рекламной кампании в фармацевтике?
3. Что входит в понятие позиционирования товара на рынке?
4. Какие маркетинговые исследования необходимы перед запуском нового продукта?
5. Какие социальные сети используют фармацевтические компании для продвижения своих продуктов?

Кейс по теме «Продвижение нового отечественного препарата в Астраханской области»

Вы представляете небольшую региональную фармацевтическую компанию, расположенную в Астрахани. Ваша компания недавно выпустила уникальный отечественный препарат для профилактики сезонных заболеваний дыхательных путей. Препарат прошёл все клинические испытания и зарегистрирован в государственном реестре лекарственных средств.

Перед вами поставлены задачи:

1. Вывести этот препарат на региональный рынок Астраханской области.
2. Создать эффективный план продвижения, увеличивая спрос среди жителей региона.

Исходные условия:

- Население Астраханской области составляет около 1 миллиона человек.
- Ваш целевой сегмент: взрослые жители города и близлежащих районов возрастом старше 30 лет.
- Средняя покупательная способность жителей средняя, но население предпочитает доступные по цене препараты.
- Существуют аналоги иностранного происхождения, занимающие значительную долю рынка.
- Региональные врачи слабо знакомы с вашим продуктом.

Задача:

Разработать комплекс мер по продвижению препарата в регионе с учётом имеющихся ограничений и возможностей.

Вопросы для размышления:

1. Какие маркетинговые инструменты вы выберете для увеличения узнаваемости препарата среди местного населения?

2. Как привлечь внимание региональных врачей и обеспечить их лояльность вашему продукту?
3. Можно ли организовать совместные акции с аптечными сетями и частными медицинскими учреждениями региона?
4. Какие региональные СМИ лучше задействовать для информационной поддержки кампании?
5. Есть ли смысл включать элементы интерактивного взаимодействия с жителями региона (например, конкурсы, викторины)? Если да, то какой формат выбрать?

Дополнительные рекомендации:

Используйте местные особенности Астраханской области (климат, демографические показатели, культурные события). Например, ежегодные фестивали арбузов и рыболовства могут стать платформой для интеграции и пиара вашего препарата.

Подготовьте детальное предложение, направленное на успешное внедрение препарата на региональном рынке, учтя рассмотренные выше вопросы и предложив конкретные шаги по решению задачи.

Тема 5. Этические и юридические аспекты предпринимательской деятельности в фармации

Тестирование

1. Согласно действующему российскому законодательству, распространение недостоверной информации о лечебных свойствах препарата влечет за собой:
 - А) Административный штраф
 - В) Судебную ответственность
 - С) Аннулирование лицензии на продажу препарата
 - D) Всё перечисленное
2. Деятельность фармпроизводителей регулируется следующим основным законом:
 - А) ГК РФ
 - В) Закон РФ №323-ФЗ («Об охране здоровья граждан»)
 - С) Закон РФ №61-ФЗ («Об обращении лекарственных средств»)
 - D) ТК РФ
3. Что такое конфликт интересов в фармацевтической отрасли?
 - А) Противоречия между интересами работников и работодателей
 - В) Несоответствие ожиданий потребителей реальности
 - С) Конфликт профессиональных обязательств врача и коммерческой выгоды производителя
 - D) Ничего из перечисленного
4. Производитель обязан соблюдать стандарт качества, известный как:
 - А) GMP (Good Manufacturing Practices)
 - В) GCP (Good Clinical Practices)
 - С) GLP (Good Laboratory Practices)
 - D) GPWP (Good Pharmacovigilance Practices)
5. Какая мера наказания предусмотрена за фальсификацию маркировки лекарственного препарата?
 - А) Штраф и конфискация партии
 - В) Полное закрытие предприятия
 - С) Устранение недостатков за счёт продавца
 - D) Возврат денег покупателю
6. Основной принцип этичного поведения фармацевтических компаний — это:
 - А) Максимальная выгода акционерам
 - В) Забота о здоровье пациентов
 - С) Уменьшение числа судебных исков
 - D) Поддержание лояльности клиентов

7. Если врач принимает вознаграждение от фармпредставителя за назначение определенного препарата, это считается нарушением:
 - А) Закона о рекламе
 - В) Кодекса врачебной этики
 - С) Уголовного кодекса РФ
 - D) Законодательства о налогах и сборах
8. Этичное поведение предполагает обязательное соблюдение стандарта:
 - А) WHO-GACP (World Health Organization Good Agricultural and Collection Practices)
 - В) WHO-GVP (WHO Guidelines for pharmacovigilance)
 - С) HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points)
 - D) ВОЗ-ГХП (Всемирная организация здравоохранения – Good Healthcare Practices)
9. Врач не вправе рекомендовать пациентам лечение препаратами, не прошедшими:
 - А) Регистрацию в реестре лекарственных средств
 - В) Одобрение коллег-врачей
 - С) Согласование с местными властями
 - D) Рекламную кампанию
10. Основа правового регулирования защиты прав потребителей лекарственных препаратов закреплена в законе:
 - А) Конституция РФ
 - В) Закон РФ №2300-1 («О защите прав потребителей»)
 - С) Гражданский кодекс РФ
 - D) Закон РФ №61-ФЗ («Об обращении лекарственных средств»)

Фронтальный опрос

1. Какое основное требование предъявляется к упаковке и инструкции по применению лекарств?
2. Что включает понятие корпоративной социальной ответственности?
3. Может ли производитель самостоятельно менять дозировку препарата без уведомления органов власти?
4. За какие нарушения в обращении лекарств наступает уголовная ответственность?
5. Обязаны ли производители проводить мониторинг побочных эффектов выпущенных препаратов?

Темы рефератов:

1. Кодекс добросовестной деловой практики Всемирной ассоциации производителей лекарств.
2. Корпоративная культура и её роль в формировании имиджа фармацевтической фирмы.
3. Механизмы юридической защиты пациента в случаях нанесения вреда здоровьем вследствие употребления недоброкачественных препаратов.

Перечень вопросов и заданий, выносимых на зачет

1. Какие российские законы регулируют оборот лекарственных средств?
2. Назовите основные препятствия для выхода зарубежной компании на российский рынок.
3. Какие рычаги государство использует для регулирования рынка лекарственных препаратов?
4. В чём заключаются различия между оригинальным препаратом и дженериком?
5. Охарактеризуйте современную структуру российского рынка фармацевтики.
6. Какие инновационные направления активно развиваются в современной фармации?
6. Какие трудности возникают при создании стартапов в фармацевтической отрасли?

7. Какие типы инвесторов предпочитают вкладывать деньги в стартапы фармацевтического профиля?
8. В чём особенность венчурного финансирования в сравнении с банковским кредитованием?
9. Назовите самые важные критерии оценки инновационного проекта в фармации. Перечислите основные показатели финансово-экономической эффективности предприятия.
11. Какие внутренние и внешние факторы влияют на рост рентабельности фармацевтического бизнеса?
12. Раскройте суть термина «EBITDA» и область его применения.
13. Какие стратегии используются для снижения себестоимости продукции?
14. Что такое точка безубыточности и как она рассчитывается?
16. Какие существуют основные инструменты продвижения рецептурных препаратов?
17. Назовите отличия маркетинга фармацевтических препаратов от маркетинга FMCG-продуктов.
18. Как осуществляется бренд-менеджмент в фармацевтической отрасли?
19. Какие мероприятия повышают узнаваемость препарата среди профессионалов-медиков?
20. Какие риски несет неправильное проведение рекламной кампании в фармацевтике?
21. В чём состоят главные этические обязательства фармацевтических компаний?
22. Какие санкции предусмотрены законодательством за нарушение стандартов качества лекарственных препаратов?
23. Каким правилам подчиняется медицинское консультирование пациентов в аптеке?
24. Почему важна прозрачность и открытость в деятельности фармацевтических компаний?
25. В каком документе зафиксированы права потребителей на получение полной и достоверной информации о медикаментах?
26. Как влияет государственная политика на фармацевтический рынок России?
27. Какие экономические показатели определяют привлекательность регионов для открытия фармацевтических производств?
28. В чём выражается специфика регионального маркетинга фармацевтических препаратов?
29. Какие меры применяют компании для предотвращения подделок лекарственных препаратов?
30. Почему возникает потребность в постоянной модернизации подходов к управлению качеством в фармацевтической отрасли?

Таблица 9 - Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
ПК-6. Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации				
1.	Задание закрытого типа (на выбор одного варианта ответа)	<p>Что является основным барьером для выхода новых компаний на российский фармрынок?</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Высокие требования к упаковке продукции • Б) Специфические правила регистрации и сертификации препаратов 	Б	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		<ul style="list-style-type: none"> В) Ограниченные возможности дистрибуции товаров Г) Сложности взаимодействия с иностранными поставщиками сырья 		
2.	Задание закрытого типа (на выбор одного варианта ответа)	<p>Какие основные источники финансирования стартапа в сфере биотехнологий и фармацевтики?</p> <ul style="list-style-type: none"> А) Гранты и субсидии государства Б) Венчурное финансирование и бизнес-ангелы В) Банковские кредиты и лизинг оборудования Г) Все вышеперечисленное верно 	Г	3
3.	Задание закрытого типа (на выбор одного варианта ответа)	<p>Какой показатель используется для оценки эффективности управления затратами на предприятии?</p> <ul style="list-style-type: none"> А) Коэффициент ликвидности Б) Уровень запасов В) Чистая маржа прибыли Г) Период оборота дебиторской задолженности 	В	3
4.	Задание закрытого типа (на выбор одного варианта ответа)	<p>Какое направление маркетинга особенно актуально для повышения узнаваемости бренда лекарства среди врачей и пациентов?</p> <ul style="list-style-type: none"> А) Реклама на телевидении Б) Участие в выставках и конференциях В) Digital-маркетинг и онлайн-коммуникации Г) Продажа эксклюзивных образцов врачам 	В	3
5.	Задание комбинированного типа (с выбором одного варианта ответа и обоснованием выбора)	<p>Кто несет ответственность перед потребителем за качество лекарственного средства согласно российскому законодательству?</p> <ul style="list-style-type: none"> А) Только производитель Б) Производитель и дистрибьютор совместно 	<p>Б</p> <p>Согласно российскому законодательству, ответственность за качество лекарственного средства несут обе стороны: производитель, обеспечивающий надлежащее производство продукта, и дистрибьютор, гарантирующий правильное хранение и</p>	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		<ul style="list-style-type: none"> В) Фармацевтическое сообщество Г) Государственное учреждение здравоохранения 	транспортировку товара до конечного потребителя.	
6.	Задание открытого типа	Почему сертификация лекарственных препаратов считается важным аспектом конкурентоспособности отечественного производства?	Сертификация подтверждает безопасность и эффективность препаратов, повышая доверие потребителей и облегчая выход на международный рынок.	5
7.		Чем отличается венчурное инвестирование от традиционного банковского кредитования в поддержке инновационных проектов в фарме?	Венчурные инвесторы чаще всего готовы рисковать, вкладываясь в перспективные идеи на ранних стадиях развития проекта, тогда как банки предпочитают менее рискованные вложения с гарантированным возвратом капитала.	5
8.		Назовите основной финансовый инструмент для оценки уровня доходности компании в условиях выпуска нового препарата.	Чистая прибыль на акцию (EPS) позволяет оценить вклад каждого выпущенного препарата в общую финансовую успешность компании.	5
9.		Перечислите два основных преимущества цифровой рекламы перед традиционными каналами коммуникации в продвижении медицинских препаратов.	Цифровая реклама обеспечивает таргетированную аудиторию и измеримость результатов, позволяя точнее оценивать эффективность маркетинговых кампаний.	5
10		Какова основная цель внедрения стандартов качества (например, GMP) в фармацевтической промышленности?	Основная цель стандартов GMP заключается в обеспечении постоянного контроля над качеством выпускаемых препаратов на всех этапах производства.	5

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля), и в Центре мониторинга и аудита качества обучения.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Таблица 10 – Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
Основной блок				
1.	Ответ на занятии	5*5	25	по календарно-тематическому плану
2.	Выполнение практического задания	2*5	10	
3.	Реферат по теме	1*5	5	
4.	Тестирование	1 балл за каждый правильный ответ, всего максимально 10 баллов	50	
Всего			90*	-
Блок бонусов				
5.	Посещение занятий	5	-	
6.	Своевременное выполнение всех заданий	5		
Всего			10	-
Дополнительный блок**				
7.	Зачет		10	
Всего				-
ИТОГО			100	-

Таблица 11 – Система штрафов (для одного занятия)

<i>Показатель</i>	<i>Балл</i>
<i>Опоздание на занятие</i>	- 2
<i>Нарушение учебной дисциплины</i>	- 2
<i>Неготовность к занятию</i>	- 4
<i>Пропуск занятия без уважительной причины</i>	- 2

Таблица 12 – Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине

по дисциплине		
Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	Зачтено
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69		
60–64	3 (удовлетворительно)	
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено

При реализации дисциплины в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Управление и экономика фармации: учебник / под ред. И. А. Наркевича. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2024. - 928 с.
2. Фармацевтический маркетинг: учебник / под ред. И. А. Наркевича, О. Д. Немятых. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2023. - 624 с
3. Фармацевтический менеджмент: учебное пособие / под ред. И. А. Наркевича, О. Д. Немятых. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2024. - 576 с.
4. Фармацевтический менеджмент: учебное пособие / под ред. И. А. Наркевича, О. Д. Немятых. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2024. - 576 с. - ISBN 978-5-9704-8072-4, DOI: 10.33029/9704-8072-4-FMD-2024-1-576. - Электронная версия доступна на сайте ЭБС "Консультант студента": [сайт]. URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970480724.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Организация и управление фармацевтической деятельностью: учебное пособие / под ред. И. А. Наркевича. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2024. - 288 с. - ISBN 978-5-9704-8378-7. - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970483787.html>
2. Стандарт GMP. Практикум: учебно-методическое пособие / В. Н. Шестаков, В. А. Смирнов, М. М. Соттаева, А. Е. Крашенинников. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2025. - 344 с.
3. Управление и экономика фармации: Учебник / Под ред. В.Л. Багировой. - М.: ОАО "Издательство "Медицина", 2008. - 720 с.

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины

1. Электронно-библиотечная система BOOK.ru <https://book.ru>
2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех» <https://biblio.asu-edu.ru> Учётная запись образовательного портала АГУ
3. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента» Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» является электронной библиотечной системой, предоставляющей доступ через Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретённым на основании прямых договоров с правообладателями. Каталог содержит более 15 000 наименований изданий. www.studentlibrary.ru Регистрация с компьютеров АГУ

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитория № 101 – Учебная аудитория

Доска маркерная – 1 шт.

Рабочее место преподавателя – 1 шт.

Учебные столы – 13 шт.

Стулья – 30 шт.

Экран проектора – 1 шт.

Комплект учебных материалов – 1 шт.

Плазменная панель – 1 шт.

Компьютер – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение: Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013, Microsoft Windows 10 Professional, Kaspersky Endpoint Security.

Свободно распространяемое программное обеспечение: Adobe Reader, Платформа дистанционного обучения LMS Moodle, 7-zip, Google Chrome, Notepad++, OpenOffice, Opera, Paint.NET, Scilab, Microsoft Security Assessment Tool.

ООО «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД»

Шкаф аптечный ШК-52-2А – 2 шт.

Шкаф аптечный секционный ШСО-37 – 1 шт.

Шкаф аптечный задней линии ШЗЛ-6 2 шт.

Шкаф металлический – 2 шт.

Стол – 4 шт.

Стул – 4 шт.

Ресепшн фронтальный РФ-24 – 1 шт.

Холодильник лекарственный – 3 шт.

Облучатель бактерицидный – 2 шт.

Информационный стенд – 3 шт.

Контрольно-кассовая техника – 3 шт.

Инструктивный материал

Товары аптечного ассортимента – 3700 наименований

Аудитория № 309 – Зал самостоятельной работы:

Столы учебные - 16 шт.

Стулья - 24 шт.

Компьютеры - 15 шт.

Принтер лазерный HP - 1 шт.

Доска настенная - 1 шт.

Доска магнитно-маркерная оборотная - 1 шт.

Плазменная панель - 1 шт.

Конференц-стол - 1 шт.

Сплит-система - 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение: Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013, Microsoft Windows 10 Professional, Kaspersky Endpoint Security.

Свободно распространяемое программное обеспечение: Adobe Reader, Платформа дистанционного обучения LMS Moodle, Mozilla FireFox, 7-zip, Google Chrome, Notepad++, OpenOffice, Opera, Paint.NET, Scilab, Microsoft Security Assessment Tool.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с

аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).