

АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Технология повышения покупательского спроса»
по специальности 33.01.05. «Фармация»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины:

- Формирование знаний, умений и практических навыков по основам предпринимательской деятельности руководителей и специалистов аптечной организации.

Задачи освоения дисциплины:

- Научить студентов знаниям по вопросам: товарного рынка, достижения науки и техники, новых возможностей применения уже производимого товара или продукта,
- Научить студентов умениям по работе с неосознанными потребителями или изучения пока не удовлетворенных потребительских запросов.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО (ВПО)

Дисциплина «Технология повышения покупательского спроса» относится к Блоку 1 «Дисциплины», Вариативная часть, дисциплины по выбору. Изучается на 5 курсе, 9 семестре.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, знания и умения ранее изученных дисциплин, как входные:

- психология взаимоотношений «провизор-потребитель» - знать морально-этические нормы и принципы, относящиеся к профессиональной деятельности фармацевтического работника.
- правоведение - основные этические и правовые документы, регламентирующие нравственно-этические аспекты.
- экономическая теория – уметь строить графики и схемы, иллюстрирующие различные экономические модели; распознавать и обобщать сложные взаимосвязи, оценивать экономические процессы и явления; выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом действия экономических закономерностей на микро - и макроуровнях.
- фармацевтический маркетинг – уметь использовать основные методы маркетингового анализа; изучать потребительское поведение на фарм. рынке; пользоваться методиками и принципами изучения спроса на товары, услуги.

Данная дисциплина является предшествующей для производственной практики по управлению и экономике фармацевтических организаций, для практики по фармацевтическому консультированию и информированию, подготовке к сдаче и сдаче государственного экзамена.

3. Перечень планируемых результатов освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у выпускника следующих компетенций:

ПК-2 - Способен решать задачи профессиональной деятельности при осуществлении отпуска и реализации лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации

ПК-3 - Способен осуществлять фармацевтическое информирование и консультирование при отпуске и реализации лекарственных препаратов для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента.

В результате изучения дисциплины студент должен

Знать:

- современный ассортимент лекарственных препаратов по различным фармакологическим группам, их характеристики, медицинские показания и способы применения, противопоказания, побочные действия, синонимы и аналоги лекарственных препаратов;
- основы фармацевтической гомеопатии;
- особенности изготовления и дозирования различных гомеопатических препаратов.
- направления формирования маркетинговых коммуникаций на фармацевтическом рынке, основы фармацевтической рекламы: цели, задачи, функции, виды, средства, особенности рекламы на фармацевтическом рынке, её место в комплексе инструментов маркетинга, алгоритм планирования рекламной компании.
- основные направления, цели, функции и особенности продвижения лекарственных средств и парафармацевтической продукции систему формирования спроса и стимулирования сбыта на фармацевтическом рынке,
- основные правила, принципы и инструменты мерчандайзинга в аптеке. Нормативные документы, регламентирующие порядок выкладки товаров аптечного ассортимента в торговом зале. Основные функционально-должностные обязанности специалиста по мерчандайзингу в аптеке
- основные нормативные и правовые документы в сфере обращения лекарственных средств;
- методы составления отчетности для внутренних и внешних пользователей учетной информации

Уметь:

- составлять организационно-распорядительную документацию в соответствии с государственными стандартами;
- осуществлять информационное обеспечение фармацевтического бизнеса.
- проводить информационно-просветительскую работу по рациональному применению лекарственных препаратов;
- рассчитывать массы исходных субстанций и вспомогательных веществ с целью получения соответствующего разведения
- применять принципы мерчандайзинга, организовать торговое пространство аптеки в соответствии с требованиями мерчандайзинга, создать атмосферу, благоприятную для покупок, эффективно разместить рекламные материалы в торговом зале;

- оценить эффективность проведения мерчандайзинговых мероприятий в аптеке;
- пользоваться учебной, научной, научно-популярной литературой, сетью Интернет для профессиональной деятельности;
- выполнять тестовые задания в любой форме, решать ситуационные задачи на основе теоретических знаний.

Владеть:

- навыками оказания консультативной помощи по правилам приема и режиму дозирования лекарственных препаратов;
- основными правилами изготовления гомеопатических препаратов и навыками выписывания рецепта на гомеопатическое средство.
- приёмами эффективного размещения рекламных материалов в торговом зале аптеки;
- методиками и принципами изучения спроса на товары, услуги.
- базовыми технологиями преобразования информации: текстовыми редакторами; техникой работы в сети Internet.
- нормативной, справочной и научной литературой для решения профессиональных задач современными ресурсами информационного обеспечения фармацевтического бизнеса.

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов)

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: лекции, практические занятия с использованием активных и интерактивных форм.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии: выполнение домашних заданий, подготовка докладов, повтор изученного материала, использование Интернет-ресурсов и др.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: тестирование, реферат, оценка выполнения заданий для самостоятельной работы.

По данной дисциплине предусмотрена форма отчетности: зачет в 9-м семестре.