

ФГБОУ ВО ВГМУ им. Н.Н. Бурденко
Минздрава России

УТВЕРЖДАЮ

Декан фармацевтического факультета

доцент



Бережнова Т.А.

20.06.2017 г.

Рабочая программа

по дисциплине «Современные технологии реализации лекарственных средств и медицинских изделий»

для специальности 33.05.01 – «Фармация» (уровень специалитета)

форма обучения – очная

факультет фармацевтический

кафедра организации фармацевтического дела, клинической фармации и фармакогнозии

курс 1,2

семестр 2,3

лекции 12 часов

практические занятия 36 часов

Самостоятельная работа 22 часа

Зачет 3 семестр (2 часа)

Всего часов (ЗЕ) 72 часа (2 ЗЕ)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденными приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. №1037.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры организации фармацевтического дела, клинической фармации и фармакогнозии 19.06.2017 г., протокол № 10.

Заведующий кафедрой, доцент



Шведов Г.И.

Рецензенты:

Директор КУ ВО «Центр обеспечения деятельности учреждений здравоохранения Воронежской области», к.ф.н. Н.Н. Лаврова

Первый проректор – проректор по учебной работе, зав. кафедрой управления и экономики фармации и фармакогнозии Воронежского государственного университета, проф., д.ф.н. Е.Е. Чупандина

Программа рассмотрена и одобрена на заседании цикловой методической комиссии по координации преподавания специальности «фармация» 20.06.2017 г., протокол № 5.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Современные технологии реализации лекарственных средств и медицинских изделий» является получение базовых знаний, умений и владений в области современных технологий реализации лекарственных средств и медицинских изделий.

Задачи дисциплины:

- изучение теоретических и законодательных основ реализации товаров в фармацевтических организациях;
- изучение основ системы защиты прав потребителей на фармацевтическом рынке;
- изучение основ мерчандайзинга в аптечных организациях;
- изучение типологии потребителей и их поведения;
- современные технологии продаж;
- современные техники работы с возражениями.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВПО

Учебная дисциплина «Современные технологии реализации лекарственных средств и медицинских изделий» относится к блоку 1, вариативная часть, изучается во 2 и 3 семестрах. Полученные знания и приобретенные в процессе освоения дисциплины навыки необходимы для дальнейшего изучения дисциплин образовательной программы, таких как «Медицинское и фармацевтическое товароведение», «Управление и экономика фармации».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершении освоения программы учебной дисциплины)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1. Знать:

- основные нормативные документы, регламентирующие реализацию товаров в фармацевтических организациях;
- основы фармацевтической этики и деонтологии при общении с потребителем – клиентом аптечной организации;
- принципы эффективного общения с потребителями (клиентами аптечной организации);
- особенности различных типов личностей клиентов;
- информационные технологии при отпуске лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента.

2. Уметь:

- ориентироваться в актуальной нормативной документации, регламентирующей безрецептурный отпуск лекарственных средств и медицинских изделий;
- оформлять торговый зал с использованием элементов мерчандайзинга;
- работать с законодательными документами в системе защиты прав потребителей; анализировать проблемные ситуации в системе защиты прав потребителей, опираясь на актуальные законодательные акты;
- грамотно оформлять витрины и размещать товары на оборудовании аптечной организации;
- анализировать программы лояльности для покупателей на фармацевтическом рынке, предлагать корректирующие мероприятия по программам лояльности;

– принципы и правила при общении с потребителем в аптечной организации.

3. *Владеть* (быть в состоянии продемонстрировать):

– навыками современных технологий реализации лекарственных средств и медицинских изделий;

– навыками предпродажной подготовки лекарственных средств, медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента; представлять товар.

Результаты образования	Краткое содержание и характеристика (обязательного) порогового уровня сформированности компетенций	Номер компетенции
<i>Знать:</i> – основные нормативные документы, регламентирующие реализацию товаров в фармацевтических организациях; – основы фармацевтической этики и деонтологии при общении с потребителем – клиентом аптечной организации; – принципы эффективного общения с потребителями (клиентами аптечной организации); – особенности различных типов личностей клиентов; – информационные технологии при отпуске лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента. <i>Уметь:</i> – ориентироваться в актуальной нормативной документации, регламентирующей безрецептурный отпуск лекарственных средств и медицинских изделий; – оформлять торговый зал с использованием элементов мерчандайзинга; – работать с законодательными документами в системе защиты прав потребителей; анализировать проблемные ситуации в системе защиты прав потребителей, опираясь на актуальные законодательные акты; – грамотно оформлять витрины и размещать товары на оборудовании аптечной организации; – анализировать программы лояльности для покупателей на фармацевтическом рынке, предлагать корректирующие мероприятия по программам лояльности; – принципы и правила при общении с потребителем в аптечной организации. <i>Владеть (быть в состоянии продемонстрировать):</i> – навыками современных технологий	готовностью к осуществлению реализации лекарственных средств в соответствии с правилами оптовой торговли, порядком розничной продажи и установленным законодательством порядком передачи лекарственных средств	ПК-4

реализации лекарственных средств и медицинских изделий; – навыками предпродажной подготовки лекарственных средств, медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента; представлять товар.		
--	--	--

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

4.1 Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа

№ п/п	Раздел учебной дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающегося и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практ. занятия	Самост. работа	
1	Теоретические и законодательные основы реализации товаров в фармацевтических организациях	2	1-18	6	18	12	Текущий контроль: собеседование, тестирование, решение ситуационных задач
2	Поведение потребителей и технологии продаж	3	1-18	6	18	10	Текущий контроль: собеседование, тестирование, решение ситуационных задач
3	Зачет	3				2	Зачет
	Всего часов			12	36	22+2	72

4.2 Тематический план лекций

2 семестр

№ п/п	Тема	Цели и задачи	Содержание темы	Часы
1	Законодательные основы реализации товаров в фармацевтических организациях	формирование системы теоретических знаний об основах реализации товаров в фармацевтических организациях без рецепта	– законодательные акты в сфере реализации лекарственных средств и медицинских изделий, посвященные безрецептурному отпуску; – основные положения законодательных актов.	2
2	Система защиты прав потребителей на фармацевтическом	формирование системы знаний по защите прав	– нормативные документы в сфере защиты прав потребителей;	2

	рынке	потребителей на фармацевтическом рынке	– возмещение вреда, причиненного гражданам вследствие применения лекарственных препаратов; – основные понятия в сфере защиты прав потребителей; – замена товара ненадлежащего качества; – правила и особенности продажи лекарственных средств и медицинских изделий.	
3	Основы мерчандайзинга в аптечных организациях	формирование системы знаний о правилах и принципах мерчандайзинга и их применении в деятельности аптечных организаций	– организация работы аптечных организаций по безрецептурному отпуску лекарственных средств и других фармацевтических товаров; – определения понятия «мерчандайзинг»; – цели мерчандайзинга; – общие правила мерчандайзинга в аптеке.	2
	Итого			6

3 семестр

№ п/п	Тема	Цели и задачи	Содержание темы	Часы
1	Потребительское поведение на фармацевтическом рынке	формирование системы теоретических знаний о потребительском поведении на фармацевтическом рынке	– типы потребителей; – особенности потребительского поведения на фармацевтическом рынке; – факторы, влияющие на потребительское поведение.	2
2	Основы фармацевтической этики и деонтологии при общении с потребителем	формирование системы теоретических знаний об основах фармацевтической этики и деонтологии при общении с потребителем	– понятие фармацевтической этики и деонтологии; – принципы и правила при общении с потребителем в аптечной организации	2
3	Системы электронного документооборота, особенности работы с электронными документами	формирование теоретических знаний о системах электронного документооборота и об особенностях работы с	– виды электронных документов; – требования к электронному документообороту; – компьютерные программы в аптечных организациях; – общая информация о	2

		электронными документами	компьютерных программах для аптечных организаций	
	Итого			6

4.3 Тематический план практических занятий

2 семестр

№	Тема	Цели и задачи	Содержание темы	Обучающийся должен знать	Обучающийся должен уметь	Часы
1	Основы реализации товаров в фармацевтических организациях	сформировать у студентов систему знаний об основах реализации товаров в фармацевтических организациях	разбор материала с помощью учебных заданий и тестовых вопросов	1. законодательные акты в сфере реализации лекарственных средств и медицинских изделий, посвященные безрецептурному отпуску; 2. основные положения законодательных актов.	ориентироваться в актуальной нормативной документации, регламентирующей безрецептурный отпуск лекарственных средств и медицинских изделий	2
2	Система защиты прав потребителей на фармацевтическом рынке	сформировать у студентов систему знаний о системе защиты прав потребителей на фармацевтическом рынке	разбор материала с помощью учебных заданий и тестовых вопросов, ситуационных задач	1. законодательные документы в сфере защиты прав потребителей; 2. возмещение вреда, причиненного гражданам вследствие применения лекарственных препаратов; 3. основные понятия в сфере защиты	работать с законодательными документами в системе защиты прав потребителей; анализировать проблемные ситуации в системе защиты прав потребителей, опираясь на актуальные законодательные акты	2

				прав потребителей; 4. замена товара ненадлежащего качества; 5. правила и особенности продажи лекарственных средств и медицинских изделий.		
3	Защита реферативных работ	систематизировать полученные в рамках самостоятельной работы знания	доклад с презентацией	знания по тематике самостоятельной работы	докладывать сформированную и обобщенную информацию по заданной теме, представлять информацию в виде презентации	2
4	Мерчандайзинг в аптечных организациях	освоить основные принципы мерчандайзинга в деятельности аптечных организаций	разбор материала с помощью учебных заданий и тестовых вопросов, ситуационных задач	1. понятие мерчандайзинга; 2. принципы и правила мерчандайзинга; 3. роль в деятельности аптечных организаций	грамотно оформлять витрины и размещать товары на оборудовании аптечной организации	2
5	Мерчандайзинг в аптечных организациях. Деловая игра	освоить основные принципы мерчандайзинга в деятельности аптечных организаций	разбор материала с помощью деловой игры на базе учебной аптеки	1. понятие мерчандайзинга; 2. принципы и правила мерчандайзинга; 3. роль в деятельности	грамотно оформлять витрины и размещать товары на оборудовании аптечной организации (на примере учебной аптеки)	2

				аптечных организаций		
6	Защита реферативных работ	систематизировать полученные в рамках самостоятельной работы знания	доклад с презентацией	знания по тематике самостоятельной работы	докладывать сформированную и обобщенную информацию по заданной теме, представлять информацию в виде презентации	2
7	Программы лояльности для постоянных покупателей	сформировать у студентов систему знаний о программах лояльности на современном фармацевтическом рынке	разбор материала с помощью учебных заданий и тестовых вопросов, ситуационных задач	– законы клиентской лояльности; – основные индикаторы лояльности клиентов; – виды программ поощрения лояльности клиентов; – нематериальные составляющие программ удержания клиентов; – материальные формы поощрения лояльности; – использование современных технологий при развитии лояльности клиентов	анализировать программы лояльности для покупателей на фармацевтическом рынке, предлагать корректирующие мероприятия по программам лояльности	2

8	Контрольная работа	систематизировать, обобщить полученные знания, ликвидировать пробелы в полученных знаниях	тестирование, устный опрос; практические и ситуационные задачи	знания 1-7	умения 1-7	2
9	Основные формы продаж	сформировать у студентов систему знаний об основных формах продаж на фармацевтическом рынке	разбор материала с помощью учебных заданий и тестовых вопросов, ситуационных задач	1. элементы технологии продаж; 2. классификация продаж; 3. сравнительная оценка моделей продаж.	сравнивать различные модели продаж	2
						18

3 семестр

№	Тема	Цели и задачи	Содержание темы	Обучающийся должен знать	Обучающийся должен уметь	Часы
1	Подготовка к продаже. Презентация продукта	сформировать у студентов систему знаний о подготовке товаров к продаже и о правилах презентации (представления) товара	разбор материала с помощью учебных заданий и тестовых вопросов, ситуационных задач	1. этапы и приемы привлечения внимания потребителя; 2. способы презентации (представления) товара; 3. предпродажная подготовка лекарственных средств и медицинских изделий; 4. предпродажная подготовка других	проводить предпродажную подготовку лекарственных средств, медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента; представлять товар	2

				товаров аптечного ассортимента.		
2	Типология потребителей и потребительское поведение	сформировать у студентов систему знаний об основах поведения потребителей на фармацевтическом рынке	разбор материала с помощью учебных заданий и тестовых вопросов, ситуационных задач	1. психологические основы процесса покупки; 2. типы потребителей; 3. факторы, влияющие на потребительское поведение.	различать потребителей по типу, определять принципы поведения с соответствующим потребителем	2
3	Основные техники работы с возражениями	сформировать у студентов систему знаний об основных техниках работы с возражениями	разбор материала с помощью учебных заданий и тестовых вопросов, ситуационных задач	1. принципы работы с возражениями и претензиями покупателей; 2. способы урегулирования конфликтных ситуаций в сфере продаж.	работать с возражениями покупателей в рамках принципов фармацевтической помощи; предлагать способы урегулирования конфликтных ситуации в сфере продаж	2
4	Основы фармацевтической этики и деонтологии при общении с потребителем	сформировать у студентов систему знаний об основных принципах этики и деонтологии при общении с потребителем	разбор материала с помощью учебных заданий и тестовых вопросов; изучение бланков документов, примеров оформленных документов	1. понятие фармацевтической этики и деонтологии; 2. принципы и правила при общении с потребителем в аптечной организации	применять принципы фармацевтической этики и деонтологии при общении с покупателем	2
5	Современные технологии организации продаж	сформировать у студентов систему знаний о современных технологиях организации продаж	разбор материала с помощью учебных заданий и тестовых вопросов, ситуационных задач	1. системы управления взаимоотношениями с потребителями; 2. системы электронной коммерции;	анализировать современные технологии организации продаж	2

				3. дистанционные продажи (фирменные сайты)		
6	Самостоятельная работа	систематизировать, обобщить полученные знания, ликвидировать пробелы в полученных знаниях	тестирование, устный опрос; практические и ситуационные задачи	знания 1-6	умения 1-6	2
7	Современные способы и техника создания документов	сформировать у студентов систему знаний о современных электронных способах создания документов	разбор материала с помощью учебных заданий и тестовых вопросов, ситуационных задач	1. составление документов, организация работы ведения учета с помощью компьютерной техники; 2. современные способы и техника создания документов; 3. знакомство с программным обеспечением аптечных организаций	вести документацию согласно установленным правилам с помощью современных компьютерных программ	2
8	Процесс личной продажи	сформировать у студентов систему знаний о процессе личной продажи	разбор материала с помощью учебных заданий и тестовых вопросов, ситуационных задач	1. стили личной продажи; 2. типологии людей, осуществляющих реализацию товара; 3. взаимодействие фармацевтического работника и потребителя в процессе личной продажи.	взаимодействовать с потребителем лекарственных средств и медицинских изделий	2

9	Зачет	контроль знаний обучающихся; систематизировать, обобщить полученные знания, ликвидировать пробелы в полученных знаниях	вопросы и задания для проведения промежуточной аттестации	вышеперечисленные знания	вышеперечисленные умения	2
						18

4.4. Тематика самостоятельной работы обучающихся.

Раздел	Самостоятельная работа			
	Форма	Цель и задачи	Методическое и материально-техническое обеспечение	Часы
Теоретические и законодательные основы реализации товаров в фармацевтических организациях	Выполнение ситуационных задач, выполнение тестовых заданий, подготовка к выполнению практических заданий, самостоятельная подготовка по отдельным вопросам дисциплины, решение ситуационных задач, подготовка докладов, работа с нормативной документацией, подготовка к контрольным работам	Сформировать систему теоретических знаний, практических умений и навыков индивидуальной работы, работы в группе, сформировать навыки подбора и анализа материала по конкретной теме реферата/доклада	Методические указания к практическим занятиям, лекционный материал, законодательные документы по темам, методические указания по самостоятельной работе	12
Поведение потребителей и технологии продаж	Выполнение ситуационных задач, выполнение тестовых заданий, подготовка к выполнению практических заданий, оформление документов	Сформировать систему теоретических знаний, практических умений и навыков индивидуальной работы, работы в группе, сформировать навыки подбора и анализа материала по конкретной теме реферата/доклада	Методические указания к практическим занятиям, лекционный материал, законодательные документы по темам, методические указания по самостоятельной работе	10
Зачет	Самостоятельная подготовка к промежуточной аттестации	Закрепление системных теоретических знаний и практических умений по дисциплине	Вопросы и задания для промежуточной аттестации	2
				22+2

4.5 Матрица соотнесения тем/ разделов учебной дисциплины и формируемых в них ОК и ПК

Темы/разделы дисциплины	Количество часов	компетенции	
		ПК-4	Общее кол-во компетенций (Σ)
Теоретические и законодательные основы реализации товаров в фармацевтических организациях	36	+	1
Поведение потребителей и технологии продаж	34	+	1
Зачет	2	+	1
Итого	72		

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Обучение складывается из аудиторных занятий и самостоятельной работы. Работа с литературой рассматривается как вид учебной работы по дисциплине и выполняется в пределах часов, отводимых на ее изучение. Самостоятельная работа студентов подразумевает подготовку к практическим занятиям, к входным, текущим, промежуточным контролям и включает индивидуальную аудиторную и домашнюю работу с учебной основной и дополнительной литературой, ресурсами сети Интернет, решение ситуационных задач, написание рефератов и т.д.

Каждый студент обеспечен доступом к библиотечному фонду Университета, в том числе к электронной библиотеке.

В качестве внеаудиторной работы студентов помимо работы с литературой рекомендуется написание рефератов по темам, отражающим актуальные вопросы современного фармацевтического рынка. Такая форма работы способствует развитию профессиональных навыков обучающихся. Самостоятельная работа с литературой, ее анализ, написание реферата развивают способность анализировать профессиональные проблемы и применять их в последующей практической деятельности. Подготовка доклада и выступление с ним перед аудиторией развивает навыки публичной речи, умение грамотно доносить для слушателей информацию.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО в учебном процессе широко используются активные и интерактивные формы проведения занятий (развивающее и проблемное обучение в форме ролевых игр, объяснительно-иллюстративное обучение с визуализацией аудиторных занятий, программированное обучение, информатизационное обучение, мультимедийное обучение). Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 5,0% от аудиторных занятий.

Работа с учебной литературой рассматривается как вид учебной работы по дисциплине и выполняется в пределах часов, отводимых на её изучение (в разделе самостоятельной работы студента).

Во время изучения учебной дисциплины студенты под руководством преподавателя решают ситуационные задачи, заполняют обучающие таблицы, оформляют документы, оформляют рабочую тетрадь и представляют результаты выполненной работы в виде протокола практического занятия на проверку и подпись преподавателя.

Написание реферата способствуют формированию умений работы с учебной литературой, систематизации знаний и способствуют формированию общекультурных и профессиональных навыков.

Работа студента в группе формирует чувство коллективизма и коммуникабельность.

Обучение студентов способствует воспитанию у них навыков общения с коллегами или пациентами/клиентами в фармацевтических организациях с учетом этических деонтологических особенностей пациентов, способствует формированию

профессионального поведения, аккуратности, дисциплинированности.

В конце изучения учебной дисциплины проводится промежуточный контроль знаний с использованием тестового контроля, проверкой практических умений и решением ситуационных задач.

Используемые образовательные технологии при изучении данной дисциплины составляют не менее 5,0% интерактивных занятий от объема аудиторных занятий.

Примеры интерактивных форм и методов проведения занятий:

- активные и интерактивные формы: компьютерные симуляции, разбор конкретных ситуаций; решение ситуационных задач (самостоятельно дома и в аудитории), проблемные лекции-презентации, компьютерное тестирование, индивидуальная работа с нормативными документами и бланками документов, индивидуальные и групповые дискуссии и т.д.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

*Тематика рефератов и докладов (примерная)**

1. Телефонные продажи: успешные технологии и методы.
2. Стратегические продажи. Развитие ключевых клиентов.
3. Анализ сайтов различных фармацевтических организаций (розничных и оптовых – на выбор студента)
4. Анализ торгового зала различных аптечных организаций с позиции психологии покупателя и принципов мерчандайзинга (на выбор студента)
5. Эффективная коммуникация с клиентом в продажах и в обслуживании.
6. Интернет-технологии для повышения продаж.

**обучающийся может предлагать интересующую его тематику*

Вопросы к зачету

1. Законодательные основы реализации товаров в фармацевтических организациях.
2. Система защиты прав потребителей на фармацевтическом рынке.
3. Понятие и сущность технологии продаж (реализации) лекарственных средств и медицинских изделий.
4. Личные продажи: понятие и особенности.
5. Классификация продаж.
6. Система управления продажами.
7. Типология покупателей и потребительское поведение.
8. Факторы, влияющие на потребительское поведение.
9. Этапы процесса личной продажи.
10. Подготовка к продаже.
11. Презентация продукта.
12. Основные принципы проведения презентации.
13. Работа с возражениями клиентов.
14. Общий алгоритм обработки возражений.
15. Методы продажи.
16. Способы урегулирования конфликтных ситуаций в сфере торговли.
17. Мерчандайзинг как технология продаж.
18. Концепция мерчандайзинга магазина.
19. Телефонные коммуникации в сервисе.

20. Информационные технологии в розничных продажах.
21. Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителей.
22. Этапы совершения покупки.
23. Техника задавания вопросов SPIN.
24. Основы фармацевтической этики и деонтологии при общении с потребителем
25. Современные технологии организации продаж.
26. Современные способы и техника создания документов.
27. Дистанционные продажи на фармацевтическом рынке.

Примеры оценочных средств (тестовые вопросы)

01. Устная презентация товара в процессе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью совершения продаж – это:
 - 1) стратегия продаж
 - 2) персональная продажа
 - 3) технология продаж
 - 4) консультация
02. Расположите этапы персональной продажи в правильной последовательности
 - 1) установление контакта с клиентом
 - 2) презентация продукта
 - 3) выявление потребностей клиента
 - 4) работа с возражениями
 - 5) завершение сделки
 - 6) послепродажное обслуживание
 - 7) подготовительный
03. Продажи обусловленные отношениями – это процесс, посредством которого:
 - 1) обеспечивается максимум продаж за счёт интенсификации коммерческих усилий
 - 2) выстраиваются долгосрочные отношения продавца и покупателя
 - 3) товары продаются по строго установленной цене
04. Единовременная продажа товара называется:
 - 1) транзакционной
 - 2) консультативной
 - 3) предпринимательской
05. Технология продаж «обслуживание» используется для продвижения:
 - 1) сложной продукции
 - 2) товаров широкого потребления
 - 3) инновационных товаров
06. «Агрессивный» тип продаж ориентирован:
 - 1) на товар и клиента
 - 2) на товар
 - 3) на клиента
07. Какой тип продаж ориентирован и на товар и на клиента?
 - 1) консультативный
 - 2) спекулятивный
 - 3) агрессивный

4) обслуживание

08. В чем заключается цель презентации?

- 1) в убеждении покупателя, что товар удовлетворит его потребности
- 2) в демонстрации товара
- 3) в привлечении клиентов

09. Поведение покупателя с позиции психологического подхода:

- 1) покупатель действует рационально
- 2) покупатель действует подсознательно
- 3) покупатель действует исходя из условий жизни

10. Безразличный продавец характеризуется:

- 1) высокой заинтересованностью в продаже и низкой в клиенте
- 2) низкой заинтересованностью в продаже и высокой в клиенте
- 3) низкой заинтересованностью в продаже и в клиенте

Пример ситуационных задач

Задача 1. Сгруппируйте убедительные слова с ориентацией на базовые потребности человека.

Базовые потребности клиента	Убедительные слова
1) благополучие (быть не хуже других, «не быть белой вороной»)	
2) престиж (быть лучше других)	
3) оригинальность, необычность, индивидуальность (быть не таким, как другие)	
4) мода (быть первым)	
5) комфорт (чтобы было удобно пользоваться или жить)	
6) экономия денег?	
7) экономия времени	
8) экономия усилий	
9) здоровье, безопасность	
10) красота (чтобы было приятно смотреть)	
11) польза (чтобы не было бесполезной тратой денег)	
12) качество (для клиента может быть гарантом благополучия, престижа или сохранения времени, усилий или здоровья)	
13) эффективность	

1. Популярный, проверенный временем, специальный, улучшенный, достаточный, неслучайный выбор, народная марка, ходовой товар, хорошо себя зарекомендовал, устойчивый спрос, очень часто спрашивают, наши клиенты хвалят, лидер продаж.

2. Престижный, имиджевый, брендовый, богатый, роскошный, гламурный, эксклюзивный, не всякий может себе позволить, хит сезона.

3. В зависимости от самоидентификации покупателя: молодежная, мажорная, пользуется спросом среди...

4. Эффективный, действенный, результативный, сильный, мощный, активный, видимый эффект.
5. Качественный, надежный, отменный, жизненно необходимый, целесообразный, гарантия, импортный, российский.
6. Полезный, многофункциональный, практичный.
7. Приятно посмотреть, чудесный, фантастический, просто сказочный, уникальный.
8. Сертифицированный, рекомендованный, апробированный, безвредный.
9. Быстро, без усилий, элементарно.
10. Быстрый, скорый, усиленный, мощный.
11. Выгодный, экономичный, доступный, оптимальное соотношение «цена-качество», скидка, акция, подарок, распродажа.
12. Удобный, комфортный, приятный.
13. Новинка, пока только в Европе и у нас, быть в центре внимания.
14. Достойный, только для настоящего знатока, только для людей с хорошим вкусом.
15. Эксцентричный, броский, подходит не каждому, уникальный, единственный в своем роде.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература:

1. Управление и экономика фармации : учебник / под ред. В.Л. Багировой. – М. : Медицина, 2004. – 720с. – гриф.

2. Управление и экономика фармации : в 4 т. : учебник. Т.2 : Учет в аптечных организациях : оперативный, бухгалтерский, налоговый / под ред. Е.Е. Лоскутовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Академия, 2008. – 464 с. - гриф.

б) дополнительная литература:

1. Управление и экономика фармации : учебник для студ. вузов : в 4 т. Т.2 : Учет в аптечных организациях : оперативный, бухгалтерский, налоговый / под ред. Е.Е. Лоскутовой. – М. : Академия, 2004. – 448 с. – гриф.

в) программное обеспечение и Интернет- ресурсы:

Консультант студента <http://www.studmedlib.ru/>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В ходе учебного процесса на кафедре могут быть использованы и используются различные методы обучения: практический, наглядный, словесный, работа с учебной и научной литературой, элементы программированного обучения, видео-, аудиометоды. Для их реализации применяются средства технического обучения – компьютеры, проекторы, таблицы и т. д.

Техническое оборудование: ПК, мультимедийный комплекс (ноутбук, проектор, экран), ноутбук, телевизор, видеоплеер, видеопроигрыватели, видеомагнитофон, мониторы,

– *компьютерные презентации* по всем темам лекционного курса,

– *учебные видеофильмы*,

– *образцы и формы документов*,

а также:

– наборы слайдов, таблиц, схем, мультимедийных наглядных материалов по различным разделам дисциплины,

– ситуационные задачи, тестовые задания по изучаемым темам.