

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

повышения квалификации провизоров «Роль маркетинга и менеджмента в деятельности аптечной организации»

Цель дополнительной профессиональной программы повышения квалификации провизоров «Роль маркетинга и менеджмента в деятельности аптечной организации» заключается в углубленном изучении теоретических знаний и овладении практическими умениями и навыками, обеспечивающими совершенствование профессиональных компетенций провизоров для самостоятельной профессиональной деятельности в рамках имеющейся квалификации.

Трудоемкость освоения – 36 академических часов.

Категории обучающихся – специалисты – провизоры по специальностям «Управление и экономика фармации», «Фармацевтическая технология», «Фармацевтическая химия и фармакогнозия», занимающие должности в оптовых и розничных учреждениях любых форм собственности в сфере обращения лекарств, связанные с изготовлением, хранением и отпуском лекарств. При освоении дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Роль маркетинга и менеджмента в деятельности аптечной организации» совершенствование компетенций предполагается в процессе овладения практическим опытом, умениями и знаниями, которые необходимы провизору в соответствии с квалификационными требованиями.

В результате освоения дисциплины специалист должен:

- Знать: Нормативно-законодательную базу, регламентирующую фармацевтическую деятельность, вопросы трудового законодательства, социологические методы управления.

- Уметь: В аптечных организациях и на предприятиях оптовой торговли лекарственными препаратами, применять нормативно-законодательную базу

в сфере обращения лекарственных средств, применять знания трудового законодательства, социологические методы управления.

- Владеть: методами управления фармацевтическими организациями, методами контроля качества лекарственных препаратов для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента, методами управления персоналом, методами управления ассортиментом, методами поиска и использования фармацевтической информации, навыками приема хранения и отпуска лекарственных препаратов для медицинского применения и др. товаров аптечного применения, навыками фармацевтического консультирования.

Итоговая аттестация. Итоговая аттестация по дополнительной профессиональной программе повышения квалификации провизоров «Роль маркетинга и менеджмента в деятельности аптечной организации» проводится в форме экзамена и должна выявлять теоретическую и практическую подготовку провизора в соответствии с требованиями квалификационных характеристик и профессиональных стандартов.

Обучающийся допускается к итоговой аттестации после изучения дисциплин в объеме, предусмотренном учебным планом дополнительной профессиональной программы повышения квалификации провизоров «Роль маркетинга и менеджмента в деятельности аптечной организации».

Лица, освоившие дополнительную профессиональную программу повышения квалификации провизоров «Роль маркетинга и менеджмента в деятельности аптечной организации» и успешно прошедшие итоговую аттестацию, получают документ о дополнительном профессиональном образовании – удостоверение о повышении квалификации.

**Учебный план дополнительной профессиональной
образовательной программы повышения квалификации провизоров
«Роль маркетинга и менеджмента в деятельности аптечной
организации»**

Код наименование модуля	Наименование модулей и тем	Всего (акад. часов)	В том числе							
			очная форма				дистанционная форма			
			Л	ПЗ, СЗ	СК	Форма контроля	Л	ПЗ, СЗ	Форма контроля	
<i>Специальные дисциплины (СП), ПЗ - практические занятия, СЗ - семинарские занятия, Л- лекции, ДОТ – дистанционные образовательные технологии, СК – симуляционный курс</i>										
1. МСП -1	Роль маркетинга и менеджмента в деятельности аптечной организации	36	6	-	-	-	-	30	-	Промежуточный контроль (тестирование)
1.1.	Особенности маркетинга в здравоохранении. Система маркетинговых исследований.	6	-	-	-	-	-	6	-	-
1.2.	Товар с позиции маркетинга. Маркетинговые исследования рынка. Маркетинговые исследования ассортимента	6	-	-	-	-	-	6	-	-
1.3.	Потребитель с позиции маркетинга. Конкурентный анализ.	6	-	-	-	-	-	6	-	-
1.4.	Маркетинговые коммуникации. Технологии продвижения лекарственных средств: мерчандайзинг	6	-	-	-	-	-	6	-	-
1.5.	Маркетинговое планирование. Технологии продвижения лекарственных средств: реклама.	6	-	-	-	-	-	6	-	-
1.6.	Итоговая аттестация	6	-	6	-	Экзамен	-	-	-	-