

ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский)
университет

Директор Института



«07» июля 2025, протокол № 21

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины: Медицинское и фармацевтическое
товароведение

Автор Азарян Жермен Александровна к.хим.наук

Направление подготовки: 30.05.01 Фармация
Наименование образовательной программы: 30.05.01 Фармация

1. АННОТАЦИЯ

1.1. Краткое описание содержания данной дисциплины;

Товароведение медицинских и фармацевтических товаров, как научная дисциплина, занимается изучением потребительной стоимости, качества и ассортимента медицинских и фармацевтических товаров, закономерностями их формирования и изменения, методами оценки, путями оптимизации и сохранности качества. В условиях рыночных отношений экономическая деятельность на рынке совершается вокруг товара. Товар – основной объект и индикатор активности на рынке медицинских и фармацевтических товаров. В условиях совершенной конкуренции большое значение уделяется качеству медицинских и фармацевтических товаров, соответствию их потребительных свойств официальным регламентирующим документам. Знания этих свойств и методов их оценки являются содержанием дисциплины «медицинское и фармацевтическое товароведение» и обеспечивают важную составную часть стандарта профессиональной подготовки специалистов-провизоров.

Медицинское и фармацевтическое товароведение изучает функциональные свойства медицинских и фармацевтических товаров, которые предназначаются для диагностических, лечебных и профилактических целей в медицине, а так же обеспечивающих надлежащую фармацевтическую практику. Провизор, владеющий знаниями медицинского и фармацевтического товароведения, умениями проводить анализ медицинского и фармацевтического рынка, способен сформировать ассортиментную политику фармацевтической организации для оптимального удовлетворения потребностей населения, лечебных учреждений и укрепления финансового положения организации.

Настоящая программа составлена в соответствии с современными состояниями науки и практики в области товароведения применительно к медицинскому и фармацевтическому товароведению с целью совершенствования методологии предмета и повышения качества подготовки специалиста.

Программа разработана в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по специальности "Фармация".

1.2. Трудоемкость в академических кредитах и часах, формы итогового контроля (экзамен/зачет);

Общий объем составляет 2 академических кредита, 72 академических часов. Итоговый контроль – зачет (8 семестр), 3 академических кредита, 108 академических часов. Итоговый контроль – экзамен (9 семестр).

1.3. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Товароведение далеко не единственная учебная дисциплина, необходимая для профессиональной подготовки специалистов: экспертов, товароведов, коммерсантов, маркетологов и др. Она связана с другими дисциплинами межпредметными связями: предшествующими, сопутствующими и последующими.

Предшествующими связями товароведение соединено с рядом естественнонаучных и математических дисциплин — физикой, химией, биологией, микробиологией, математикой, а также с общепрофессиональной дисциплиной — метрологией, стандартизацией и сертификацией. Знания этих дисциплин необходимы для более глубокого понимания и оценки потребительских свойств товаров, их изменений при производстве и хранении.

Одновременно товароведение является базовой учебной дисциплиной для многих общепрофессиональных и специальных дисциплин — организации и технологии коммерческой деятельности, экономики, бухгалтерского учета, маркетинга и др. Их объединяют последующие и сопутствующие межпредметные связи.

1.4. Результаты освоения программы дисциплины:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижений компетенций
ОПК 3	Способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом конкретных экономических,	ОПК 3.1	Знать основные экономические, экологические, социальные факторы и правовые нормы при решении задач профессиональной

		ОПК 4.3	<p>обращение лекарственных средств, в том числе наркотических средств и психотропных веществ</p> <p>Владеть практическим опытом аргументированного решения проблемных этико-правовых вопросов фармацевтической практики и защиты интересов потребителей лекарственных средств и других фармацевтических товаров; принципами фармацевтической деонтологии и этики</p>
ПК 4 (4курс)	Способность к реализации розничной продажи лекарственных препаратов, отпуск лекарственных средств по рецептам и без рецепта врача, оптовая продажа лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента	<p>ПК-4.1</p> <p>ПК-4.2</p> <p>ПК-4.3</p>	<p>Знать современный ассортимент лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента по различным фармакологическим группам, их характеристики, медицинские показания и способ применения, противопоказания, побочные действия, синонимы и аналоги</p> <p>Уметь осуществлять предпродажную подготовку и выкладку лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента на витрины в соответствии действующими нормативными правовыми актами и правилами хранения</p> <p>Владеть навыками экспертизы</p>

			рецептов, проверки способа применения и безопасности лекарственных препаратов, дозировки, взаимодействия с другими препаратами, указанными в рецепте, а также консультирования по группам лекарственных препаратов, синонимов и аналогов, принятия решения о замене выписанного лекарственного препарата на синонимичные и аналогичные препараты
ПК 4 (5курс)	готовностью к осуществлению реализации лекарственных средств в соответствии с правилами оптовой торговли, порядком розничной продажи и установленным законодательством порядком передачи лекарственных средств	ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3	Знать основные понятия в области обращения лекарственных средств Уметь организовать работу в основных звеньях товаропроводящей системы фармацевтического рынка Владеть способами проведения анализа действующих нормативно - правовых актов по вопросам правил оптовой торговли, порядком розничной продажи и передачи лекарственных средств
ПК 9	готовностью к участию в процедурах ввоза лекарственных средств в Российскую Федерацию и вывоза лекарственных средств	ПК 9.1	Знать организационно-распорядительную документацию в соответствии с государственными стандартами

	из Российской Федерации	ПК 9.2	Уметь использовать основные нормативные и правовые документы, касающиеся всех аспектов фармацевтической деятельности
		ПК 9.3	Владеть особенностями работы провизора по заключению договоров с предприятиями, учреждениями, страховыми компаниями в установленном законом порядке
ПК 13	способностью к применению основных принципов управления в фармацевтической отрасли, в том числе в фармацевтических организациях и их структурных подразделениях	ПК 13.1	Знать методы составления организационно-распорядительной документации в соответствии с государственными стандартами
		ПК 13.2	Уметь анализировать фармацевтические товарные запасы и определять источники их финансирования
		ПК 13.3	Владеть навыками командной работы и обеспечения соблюдения правил охраны труда и техники безопасности и трудового законодательства
ПК 14	способностью к участию в организации деятельности фармацевтических организаций	ПК 14.1	Знать методы и приемы маркетингового анализа в системе лекарственного обеспечения населения

		ПК 14.2	Уметь проводить предметно-количественный учет лекарственных средств в аптеке; вести учет льготного и бесплатного обеспечения населения лекарственными средствами
		ПК 14.3	Владеть навыками применения правила GMP для организации фармацевтического производства
ПК 19/12 5курс/4 курс	способностью к участию в проведении научных исследований	ПК 19.1 ПК 12.1	Знать влияние фармацевтических факторов, условий хранения, вида тары и упаковки на качество и терапевтическую активность лекарственного средства, его стабильность при хранении
		ПК 19.2 ПК 12.2	Уметь проводить стандартизацию различных лекарственных форм в соответствии с действующими нормативными актами и документацией
		ПК 19.3 ПК 12.3	Владеть навыками работы с современным лабораторным оборудованием

2. УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

2.1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса:

Сформировать у студентов товароведческое мышление и выработать умение и навыки по товароведческому анализу и маркетинговым исследованиям медицинских и фармацевтических товаров, определению влияния условий хранения, вида упаковки на качество медицинских и

фармацевтических товаров, делать объективные выводы о возможности использования изделий в медицинской и фармацевтической практике.

Задачи курса:

Изучить основы товароведения, перспективы развития, установление закономерностей формирования потребительных свойств и качества медицинских и фармацевтических товаров, изучение факторов, формирующих и сохраняющих качество медицинских и фармацевтических товаров, определение рациональных способов сохранности товаров в процессе транспортирования, хранения, эксплуатации, в свете решения основных задач по обеспечению населения лекарственными средствами различных фармако-терапевтических групп, гомеопатическими, парафармацевтическими, лечебно-косметическими и ветеринарными лекарственными препаратами, биологически активными добавками и натур-продуктами, оборудованием, инструментами, приборами, шовными материалами, медицинскими иглами, перевязочными материалами, предметами ухода за больными и другими товарами, реализуемыми через аптечную сеть, а также с утвержденными формами нормативно-технической документации, приказами и инструкциями Минздрава России, законами, статистическими материалами, справочниками, используемыми в практической деятельности провизора.

Студент должен знать:

- основные нормативные документы, регламентирующие деятельность провизора в вопросах приемки, хранения, реализации медицинских и фармацевтических товаров;
- классификацию и кодирование медицинских и фармацевтических товаров, их виды;
- организацию поставки медицинских и фармацевтических товаров от поставщиков;
- методы оценки основных показателей качества медицинских и фармацевтических товаров;
- факторы, оказывающие влияние на формирование и сохранение качества медицинских и фармацевтических товаров в процессе их производства, хранения, транспортирования, применения или эксплуатации;
- особенности маркировки медицинских и фармацевтических товаров.

Студент должен уметь:

- классифицировать медицинские и фармацевтические товары с учетом их основного применения, фирм и заводов-изготовителей;
- проводить товароведческий анализ и маркетинговые исследования медицинских и фармацевтических товаров;
- определять показатели ассортимента, формировать оптимальный ассортимент для аптечных учреждений;
- осуществлять прием медицинских и фармацевтических товаров по количеству и качеству;

2.2. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и зачетных единицах)

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах	Распределение по семестрам	
		<u>8</u> сем	<u>9</u> сем
1	2	3	4
1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:	180	72	108
1.1. Аудиторные занятия, в т. ч.:	96	48	48
1.1.1. Лекции	32	16	16
1.1.2. Практические занятия, в т. ч.	64	32	32
1.2. Самостоятельная работа, в т. ч.:	57	24	33
1.3. Консультации			
Итоговый контроль (Экзамен, Зачет, диф. зачет - указать)	27	Зачеты	Экзамен 27

2.3. Содержание дисциплины

Программа состоит из пяти разделов. Каждый раздел программы структурирован по отдельным темам, представленным в виде учебных тематических модулей.

Первый раздел программы "Основы товароведения" включает четыре темы. Первая тема знакомит студентов с целями и задачами товароведения, историей развития товароведения, как научной дисциплины. **Вторая тема** дает представление об основных приемах классификации и кодирования медицинских и фармацевтических товаров. **Третья тема** посвящена ассортименту медицинских и фармацевтических товаров, методам его анализа. **Четвертая тема** рассматривает требования, предъявляемые к медицинским и фармацевтическим товарам.

Второй раздел программы "Основы товароведческого анализа" состоит из четырех тем. Первая тема знакомит студентов с основными понятиями, терминами и функциями товароведческого анализа, а также особенностями его применения при анализе медицинских и фармацевтических товаров. **Вторая тема** знакомит студентов с факторами, влияющими на потребительные свойства и качество медицинских и фармацевтических товаров. При этом разбираются факторы, как формирующие, так и сохраняющие потребительные свойства и качество медицинских и фармацевтических товаров, даются в требуемом для товароведческого анализа объеме основы материаловедения и влияния технологии производства на потребительные свойства и качество изучаемых товаров. **Третья тема** знакомит с фирмами - производителями медицинских и фармацевтических товаров и обучает студентов оценивать конкурентоспособность их товаров на отечественном рынке. **Четвертая тема** знакомит с факторами, сохраняющими потребительные свойства и качество медицинских и фармацевтических товаров на различных этапах жизненного

цикла, обучает методам защиты товаров от воздействия внешней среды и методам прогнозирования влияния этого воздействия.

Третий - основной раздел программы: "Товароведческий анализ медицинских и фармацевтических товаров" включает две темы и обучает основам товароведческого анализа при приемке товаров по количеству и качеству на различных этапах товародвижения, а также при маркетинговых исследованиях. **Первая тема** знакомит студентов с ассортиментом медицинских товаров, разрешенных к применению в России, их классификации по назначению и учит проводить товароведческий анализ этих товаров. **Вторая тема** знакомит с ассортиментом фармацевтических товаров, разрешенных к применению в России, их классификацией по назначению и фармакотерапевтическим группам. На практических занятиях по этим темам студенты проводят товароведческий анализ медицинских и фармацевтических товаров различных фирм и оценивают их конкурентоспособность на отечественном рынке.

Четвертый раздел "Маркетинг медицинских и фармацевтических товаров" знакомит студентов с последним этапом развития товароведения - медицинским и фармацевтическим маркетингом, основными терминами и понятиями маркетинга, особенностями маркетинга товаров в здравоохранении. На практических занятиях студенты учатся проводить маркетинговые исследования отдельных видов медицинских инструментов и лекарственных препаратов различных фармакотерапевтических групп.

Пятый раздел "Самостоятельная работа" предусматривает работу студентов по теме "Маркетинговые исследования с углубленным товароведческим анализом" под руководством преподавателя. Курсовая работа предлагается как итоговая работа студента на кафедре. Если студент выполняет работу на отлично и набирает по рейтингу необходимое количество баллов, то он получает возможность взамен традиционной форме контроля - экзамена, публично защитить свою работу и получить итоговую экзаменационную оценку.

В программе приведены примерные тематические планы лекций и лабораторно-практических занятий по курсу, перечень рекомендуемых для изучения видов медицинских и фармацевтических товаров, перечень рекомендуемой литературы.

2.3.1. Тематический план и трудоемкость аудиторных занятий (модули, разделы дисциплины и виды занятий) по рабочему учебному плану 8 и 9 семестр

Разделы и темы дисциплины	Всего (ак. часов)	Лекции (ак. часов)	Практ. Занятия (ак. часов)
1	2=3+4+5+6+7	3	4
Раздел 1. (Основы товароведения)	24	8	16

Раздел 2.(Основы товароведческого анализа)	24	8	16
Раздел 3. (Товароведческий анализ медицинских и фармацевтических товаров)	24	8	16
Раздел 4. (Маркетинг медицинских и фармацевтических товаров)	24	8	16
ИТОГО	96	32	64

2.3.2. Краткое содержание разделов дисциплины в виде тематического плана

Тема 1. Основы товароведения

1. Предмет и метод медицинского и фармацевтического товароведения.

Основные понятия, термины и определения. Товар, потребительная стоимость, потребительные свойства, качество, ассортимент, потребитель.

Исторические аспекты развития товароведения, как научной дисциплины: от кафедры товароведения растительных и животных материалов до медицинского и фармацевтического маркетинга. Место медицинского и фармацевтического товароведения в системе подготовки провизоров. Связь медицинского и фармацевтического товароведения с другими науками и учебными дисциплинами. Объекты и субъекты товароведения медицинских и фармацевтических товаров. Понятие о медицинских и фармацевтических товарах. Требования к товару. Требования социальные, функциональные, надежности, эргономические, антропометрические, экологические, эстетические, без опасности, стандартизации и унификации, технологические, экономические и др. Основная нормативно-техническая документация на медицинские и фармацевтические товары; справочная литература.

2. Классификация и кодирование медицинских и фармацевтических товаров.

Классификация товаров. Методы классификации. Общие признаки, принципы и правила классификации. Виды классификаций медицинских и фармацевтических товаров (учебная, торговая, экономико-статистическая, товарно-стратегическая). Кодирование медицинских и фармацевтических товаров. Цель кодирования. Общие методы кодирования. Виды классификаторов и кодов медицинских и фармацевтических товаров – государственные, отраслевые, предприятий. Понятие о штриховом кодировании. Методы маркировки товаров машиночитаемыми штриховыми кодами.

3. Ассортимент медицинских и фармацевтических товаров.

Виды ассортимента. Анализ ассортимента: широта, полнота, глубина, устойчивость, индекс обновления.

4. Требования, предъявляемые к медицинским и фармацевтическим товарам.

Показатели качества медицинских и фармацевтических товаров. Стандартизация медицинских и фармацевтических товаров, ее роль в товароведческом анализе. Методы и принципы стандартизации. Основные положения Государственной системы стандартизации. Категории и виды стандартов.

Планирование работ по стандартизации. Порядок разработки, утверждения и регистрации стандартов на медицинские и фармацевтические товары. Понятие о нормативно-технической документации на медицинские и фармацевтические товары - государственные стандарты и фармакопейные статьи. Структура и порядок утверждения. Надзор за внедрением и соблюдением стандартов. Понятие о системе управления качеством продукции. Цель, задачи и принципы функционирования единой системы государственного управления качеством продукции. Сертификат качества, его роль в товароведческом анализе. Экологические аспекты товароведения.

Тема 2. Основы товароведческого анализа

1. Введение в основы товароведческого анализа.

Основные понятия, термины, определения. Основные функции товароведческого анализа. Особенности товароведческого анализа медицинских и фармацевтических товаров.. Цели и задачи товароведческого анализа.

Влияние различных факторов на формирование и сохранение потребительной стоимости товара: сырье, технология производства, методы контроля качества, тара, упаковка, маркировка, условия транспортирования и хранения.

Основные этапы товароведческого анализа. Товароведческий анализ медицинских и фармацевтических товаров. Основные понятия термины и определения. Определение классификационной группировки. Определение товарного наименования или типоразмера. Определение кода или номенклатурного номера. Оценка внешнего вида товара и его функциональных свойств. Выбор метода стерилизации медицинских товаров.. Подбор и организация оптимальных условий хранения и эксплуатации. Основная товароведческая документация.

2. Факторы, влияющие на формирование и сохранение потребительной стоимости медицинских и фармацевтических товаров.

2.1. Факторы, формирующие потребительные свойства и качество медицинских и фармацевтических товаров.

Основы материаловедения и технологии производства медицинских и фармацевтических товаров. Их влияние на потребительные свойства и качество товаров. Классификация материалов, идущих на производство медицинских и фармацевтических товаров. Основные требования к материалам медицинского назначения. Понятие об основных (действующих) и вспомогательных веществах. Влияние исходного материала на потребительные свойства и качество товаров.

2.2. Металлические материалы. Классификация. Потребительные свойства. Применение в медицине. Понятие о сталях, сплавах латуни и титана. Состав, свойства, марки. Влияние технологии изготовления медицинских изделий из металлов и сплавов на их потребительные свойства.

2.3. Общие сведения о неметаллических материалах. Классификация. Потребительные свойства. Применение в медицине. Понятие о пластических массах, полимерных материалах, резинах, силикатных материалах, стекле медицинского назначения. Состав, свойства, марки. Влияние технологии изготовления на потребительные свойства и качество товаров.

2.4. Лекарственные средства, лекарственные формы, лекарственные препараты как товары. Классификация. Потребительные свойства. Лекарственные средства различных фармакотерапевтических групп.

3. Фирмы - производители медицинских и фармацевтических товаров.

4. Факторы, сохраняющие потребительные свойства медицинских и фармацевтических товаров.

Изменение потребительных свойств и качества медицинских и фармацевтических товаров на этапах обращения и эксплуатации. Факторы, сохраняющие их. Изменение потребительных свойств и качества медицинских товаров из металлов и сплавов. Факторы, сохраняющие их. Изменение потребительных свойств и качества медицинских товаров из полимерных материалов. Факторы, сохраняющие их. Изменение потребительных свойств и качества лекарственных средств. Факторы, сохраняющие их. Хранение медицинских и фармацевтических товаров с точки зрения сохранения их потребительной стоимости товара. Прогнозирование сроков годности лекарственных средств и препаратов. Экологические аспекты утилизации лекарственных средств с просроченными сроками годности в аптечных учреждениях.

Тара, упаковка, маркировка. Их роль в сохранении потребительной стоимости медицинских и фармацевтических товаров. Общие сведения о маркировке и упаковке медицинских и фармацевтических товаров. Составные элементы упаковки: тара, укупорочное средство, упаковочный материал, вспомогательное упаковочное средство. Классификация упаковок: первичная (индивидуальная), вторичная (групповая), транспортная. Основные требования к упаковкам медицинских и фармацевтических товаров. Современное состояние производства упаковок медицинских и фармацевтических товаров. Прогнозирование защитных свойств упаковок. Маркировка медицинских и фармацевтических товаров, ее роль в товароведческом анализе. Виды маркировки. Особенности маркировки лекарственных средств, медицинских инструментов, медицинских изделий из резины. Маркировка на упаковке товара. Влияние маркировки на сохранение потребительных свойств и качества медицинских и фармацевтических товаров.

Хранение медицинских и фармацевтических товаров на всех этапах товародвижения.

Тема 3. (Товароведческий анализ медицинских и фармацевтических товаров.

1. Основные этапы товароведческого анализа медицинских и фармацевтических товаров.

Определение классификационной группировки; определение товарного наименования и типоразмера; определение кода или номенклатурного номера; оценка внешнего вида товара и его функциональных свойств; проверка качественных показателей органолептическим методом; выбор метода стерилизации; выбор условий хранения; оценка тары, упаковки и маркировки, сроков годности и соответствия других показателей нормативно-технической документации.

2. Товароведческий анализ медицинских товаров.

Особенности товароведческого анализа медицинских товаров. Медицинские товары, их классификация, кодирование и ассортимент.

2.1. Товароведческий анализ медицинских инструментов - общехирургических (режущие, зажимные, отгесняющие, зондирующие, бужирующие); специальных инструментов (нейрохирургические, оториноларингологические, офтальмологические, урологические, акушерско-гинекологические, стоматологические); вспомогательных инструментов. Определение классификационной группировки. Определение товарного наименования и типоразмера. Определение кода или номенклатурного номера. Оценка внешнего вида товара и его функциональных свойств. Выбор метода стерилизации инструментов. Подбор и организация оптимальных условий хранения и эксплуатации. Основная товароведческая документация на медицинские инструменты. Консервация инструмента. Гарантийный срок хранения инструмента. Срок эксплуатации инструмента.

2.2. Товароведческий анализ шовных материалов. Определение классификационной группировки. Определение товарного наименования и типоразмера. Определение кода или номенклатурного номера. Оценка внешнего вида товара и его функциональных свойств. Выбор метода стерилизации шовного материала. Подбор и организация оптимальных условий хранения и эксплуатации. Основная товароведческая документация на шовные материалы.

2.3. Товароведческий анализ медицинских игл. Определение классификационной группировки. Определение товарного наименования и типоразмера. Определение кода или номенклатурного номера. Оценка внешнего вида товара и его функциональных свойств. Выбор метода стерилизации медицинских игл. Подбор и организация оптимальных условий хранения и эксплуатации. Основная товароведческая документация на медицинские иглы.

2.4. Товароведческий анализ перевязочных материалов и готовых перевязочных средств. Определение классификационной группировки. Определение товарного наименования и вида. Определение кода или номенклатурного номера. Оценка внешнего вида тары и упаковки. Выбор места хранения лекарственного препарата. Соответствие тары и упаковки основной нормативной документации на перевязочный материал.

3. Товароведческий анализ фармацевтических товаров.

Фармацевтические товары, их классификация, кодирование и ассортимент. Особенности товароведческого анализа фармацевтических товаров. Основные этапы товароведческого анализа фармацевтических товаров.

3.1. Товароведческий анализ лекарственных средств различных фармако-терапевтических групп. Особенности товароведческого анализа лекарственных средств различных фармако-терапевтических групп. Определение классификационной группировки. Определение товарного наименования и вида. Определение кода или номенклатурного номера. Оценка внешнего вида тары и упаковки лекарственного препарата. Выбор места хранения лекарственного препарата. Соответствие тары и упаковки основной нормативной документации на лекарственное средство.

3.2. Товароведческий анализ гомеопатических, парафармацевтических, лечебно-косметических и ветеринарных лекарственных препаратов, биологических активных добавок и натур-продуктов, дезинфицирующих средств и других фармацевтических товаров, реализуемых через аптечную сеть. Особенности товароведческого анализа гомеопатических, парафармацевтических, лечебно-косметических и ветеринарных лекарственных препаратов, биологических активных добавок и натур-продуктов, дезинфицирующих средств и др. Определение классификационной группировки. Определение товарного наименования и вида. Определение кода или номенклатурного номера. Оценка внешнего вида тары и упаковки лекарственного препарата. Выбор места хранения лекарственного препарата. Соответствие тары и упаковки основной нормативной документации на фармацевтический товар.

3.3. Товароведческие операции при приемке товаров по количеству и качеству в оптовом и розничном звене.

Тема 4. Маркетинговые исследования медицинских и фармацевтических товаров I. ***Маркетинговые исследования в медицине и фармации.***

Составление плана маркетинговых исследований медицинских и фармацевтических товаров: ситуационный анализ, маркетинговый синтез, стратегическое планирование, тактическое планирование, маркетинговый контроль. Работа со статистической, нормативно-технической, научной и справочной литературой при проведении ситуационного анализа. Анализ ассортимента и его влияние на принятие решения в маркетинговых исследованиях. Оценка конкурентоспособности медицинских и фармацевтических товаров. Определение этапа жизненного цикла товара.

Особенности маркетинговых исследований новых медицинских и фармацевтических товаров; товаров, отпускаемых по рецепту врача; товаров, отпускаемых без рецепта врача; товаров, отпускаемых льготным категориям потребителей.

Маркетинговое управление потребительскими свойствами и качеством товаров.

2. Маркетинговые исследования медицинских товаров.

Особенности маркетинговых исследований медицинских товаров. План маркетинговых исследований медицинских товаров: ситуационный анализ, маркетинговый синтез, стратегическое планирование, тактическое планирование, маркетинговый контроль. Его отличительные особенности. Планы исследования и производства. Определение базового сегмента рынка. Изучение спроса и предложения медицинских товаров. Методы изучения спроса. Позиционирование медицинских товаров на отечественном рынке. Оценка конкурентоспособности медицинских товаров. Параметры конкурентоспособности. Выбор метода изучения конкурентоспособности медицинских товаров (продуктов). Анализ ассортимента медицинских товаров. Особенности ценообразования медицинских товаров.

3. Маркетинговые исследования фармацевтических товаров.

Особенности маркетинговых исследований фармацевтических товаров. Особенности маркетинговых исследований при создании новых лекарственных препаратов. Особенности маркетинговых исследований при выведении нового лекарственного препарата на отечественный рынок. Особенности маркетинговых исследований лекарственных средств, отпускаемых по рецепту врача. Особенности маркетинговых исследований лекарственных средств, отпускаемых без рецепта врача. Особенности маркетинговых исследований лекарственных средств, отпускаемых льготным категориям пациентов.

План маркетинговых исследований фармацевтических товаров (продуктов) различных фармако-терапевтических групп: ситуационный анализ, маркетинговый синтез, стратегическое планирование, тактическое планирование, маркетинговый контроль. Его отличительные особенности.

4. Маркетинговые исследования парафармацевтических, лечебно-косметических и ветеринарных лекарственных препаратов.

Особенности маркетинговых исследований этих групп.

2.3.3. Краткое содержание семинарских/практических занятий/лабораторного практикума

Тема 1. Маркетинговые исследования с углубленным товароведческим анализом товаров, на основе конкретного лекарственного средства (указать).

План

Ситуационный анализ.

1. Фармакотерапевтическая характеристика лекарственного средства (ЛС).
2. Сравнительная оценка промышленного и торгового ассортимента (с указанием заводо-изготовителей).
3. Влияние различных факторов внешней среды на сохранность потребительских свойств и качество ЛС, его лекарственных форм, способы защиты товаров:

- а) на этапе обращения (при хранении и транспортировке);
 - б) на этапе эксплуатации (в домашних условиях и условиях стационара).
- 4. Товародвижение ЛС от поставщика к потребителю, порядок отпуска из аптеки.
 - 5. Виды контроля качества ЛС при приемке на аптечном складе и в аптеке.

Сегментация потребителей ЛС и выбор целевых сегментов рынка.

Прогнозирование развития (улучшения) лекарственного средства:

- 1. С точки зрения сырья.
- 2. С точки зрения лекарственной формы.
- 3. С точки зрения упаковки.

Тема 2. Маркетинговые исследования рынка лекарственных средств определенной фармакотерапевтической группы (указать).

План

Общая характеристика фармакотерапевтической группы:

- 1. Классификация.
- 2. Фармакологическое действие ЛС.
- 3. Основные направления использования в медицине.

Основные тенденции рынка (сбыта, потребления) ЛС данной ФТГ в разных странах:

- 1. Рост, снижение, причины.
- 2. Доля в общем объеме потребления ЛС.
- 3. Объем производства.

Характеристика ассортимента и потребительных свойств отдельных ЛС:

- 1. Отечественные ЛС.
- 2. ЛС зарубежного производства.

(Отдельно по странам: коды, регистрационные номера, синонимы, действие, применение, лекарственные формы, фирмы-изготовители).

Тема 3. Маркетинговые исследования фармацевтического рынка определенной страны (указать).

План

Общая характеристика экономического положения, состояния здравоохранения и медицинских проблем страны.

Анализ фармацевтического рынка страны:

- 1. Общая характеристика.
- 2. Тенденции.
- 3. Перспективы развития.

Основные фирмы-производители ЛС:

1. Название.
2. Характеристика.
3. Объем производства.
4. Связь с международным фармацевтическим рынком.

Характеристика ассортимента и потребительских свойств отдельных ЛС на примере нескольких фирм.

Тема 4. Маркетинговые исследования фармацевтического производства определенной фирмы, производящей лекарственные средства (указать).

План

Общие сведения о фирме:

1. Основание фирмы.
2. Торговая марка.
3. Виды деятельности.
4. Объем производства и продаж.
5. Географическая распространенность филиалов фирмы.

Основные направления исследований и разработок фирмы в области фармацевтического производства.

Ассортимент лекарственных средств, выпускаемых фирмой (названия).

1. Торговое.
2. Химическое.
3. Международное.
4. Синонимы.
5. Лекарственные формы.
6. Фармакологическое действие.
7. Показания к применению.

Перечень видов медицинских и фармацевтических товаров, рекомендуемых к изучению на практических занятиях в курсе медицинского и фармацевтического товароведения

Шовные материалы. Медицинские иглы.

1. Хирургические иглы.
2. Лигатурные иглы.

3. Инъекционные иглы.
4. Пункционно-биопсийные иглы.
5. Манипуляционные иглы.

Инструменты и аппараты для инъекций, трансфузий, проколов и отсасывания.

Общехирургические инструменты.

1. ***Режущие инструменты.***
2. ***Зажимные инструменты: кровоостанавливающие, желудочно-кишечные, для прикрепления операционного белья, фиксационные, иглодержатели, вспомогательные.***
3. ***Расширяющие и другие инструменты.***

Специальные медицинские инструменты.

1. Урологические инструменты.
2. Акушерско-гинекологические инструменты.
3. Офтальмологические инструменты.
4. Устройства для проверки функций органа зрения.

Оптика: устройства для коррекции зрения и защиты глаз. Приборы для контроля средств коррекции зрения.

Медицинские приборы и аппараты.

1. Кислородная аппаратура.
2. Аппаратура для наркоза.
3. Физиотерапевтическая аппаратура.

Медицинское оборудование. Средства санитарии и гигиены. Предметы ухода за больными.

Перевязочные средства. Лекарственные средства основных фармакотерапевтических групп.

1. Действующие на ЦНС.
2. Для лечения неспецифических заболеваний легких.
3. Действующие на сердечно-сосудистую систему.
4. Действующие на желудочно-кишечный тракт.
5. Гормональные средства.
6. Химиотерапевтические средства.

Парафармацевтическая продукция.

1. Лечебно-косметические товары.
2. Санитарно-гигиенические средства.
3. Минеральные воды.
4. Диетическое и детское питание.
5. Биологически активные добавки.
6. Гомеопатические средства.

7. Диагностикумы и реактивы для медицинских, биохимических, клинических лабораторий.

Аптечное оборудование.

1. Аппараты и средства стерилизации.
2. Аппараты и средства дистилляции.

2.3.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Перечень помещений, необходимых для проведения аудиторных занятий по дисциплине:

Специально оборудованные кабинеты и аудитории для проведения лекционных занятий, оснащенные мультимедийными системами для демонстрации учебных материалов,

Наглядные средства, мультимедийные системы, компьютеры, тематические слайды, видеоматериалы, презентации по различным разделам.

2.4. Модульная структура дисциплины с распределением весов по формам контролей

Формы контролей	Вес формы (форм) текущего контроля в результирующей оценке текущего контроля (по модулям)		Вес формы промежуточного контроля в итоговой оценке промежуточного контроля		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей (семестровой оценке)	Вес результирующей оценки промежуточных контролей и оценки итогового контроля в результирующей оценке итогового контроля
	М1 ¹	М2	М1	М2	М1	М2		
Вид учебной работы/контроля								
Контрольная работа <i>(при наличии)</i>								
Устный опрос <i>(при наличии)</i>								
Тест <i>(при наличии)</i>			1	1				
Лабораторные работы <i>(при наличии)</i>								
Письменные домашние задания <i>(при наличии)</i>								
Реферат <i>(при наличии)</i>								
Эссе <i>(при наличии)</i>								
Проект	0.4	0.4						
<i>Семинар</i>	0.6	0.6						

¹ Учебный Модуль

Веса результирующих оценок текущих контролей в итоговых оценках промежуточных контролей					0.7	0.7		
Веса оценок промежуточных контролей в итоговых оценках промежуточных контролей					0.3	0.3		
Вес итоговой оценки 1-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей							0.5	
Вес итоговой оценки 2-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей							0.5	
Вес результирующей оценки промежуточных контролей в результирующей оценке итогового контроля								1 0.4
Вес итогового контроля (Экзамен/зачет) в результирующей оценке итогового контроля								0 0.6
	$\Sigma = 1$							

3. Теоретический блок

3.1. Материалы по теоретической части курса

3.1.1. Учебник(и);

3.1.2. Учебное(ые) пособие(я);

1. Васильев Г.А., Ибрагимов Л.А., Нагапетьянц Н.А. и др. Коммерческое товароведение и экспертиза.- М.: «Банки и биржи», 1997. - 136 с.
2. Васнецова О.А. Маркетинг в фармации. - М.: Книжный мир. 1999. - 334 с.
3. Васнецова О.А. Фармакоэкономические аспекты маркетинга в здра-воохранении. М.: Книжный мир. 2001. - 350 с.
4. Дремова Н.Б. Маркетинговое планирование в фармации (прак-тическое руководство по разработке плана маркетинга для фармацевтической организации).- М.: Професионал центр, 1999. - 50 с.

4. Фонды оценочных средств

4.1. Планы практических и семинарских занятий

Целевое назначение **практических занятий и семинаров** состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности

студентов; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности.

Содержание практических занятий и семинаров соответствует требованиям рабочей программы по дисциплине. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания. Ведущей дидактической целью семинарских занятий является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умений работать с дополнительными источниками информации (статьи и научные материалы, публикации, конспектировать прочитанное, высказывать свою точку зрения и т.п. Основной план для проведения практических занятий и семинаров состоит из следующих компонентов и уровней заданий:

- обучение студентов практическим приемам и методам анализа теоретических положений и концепций учебной дисциплины;
- приобретение студентами умений и навыков использования современных теоретических и научно-технических методов в решении конкретных практических задач на установление взаимосвязанности действий;
- демонстрация видеоматериалов, развитие профессионального мышления и познавательной мотивации;
- использование профессиональных знаний в учебных условиях – овладение терминологией соответствующей дисциплины, навыками оперирования формулировками, понятиями, определениями, классификации лекарственных препаратов на основе механизмов их действия и особенностей фармакодинамики;

Семинары могут проходить в виде выступлений студентов с докладами, рефератами и их обсуждением; интеллектуального и коммуникативного тренинга, проводится также повторение и закрепление знаний, общения с аудиторией и т.д.; организации обратной связи руководителя занятия и студентов.

План практических занятий в основном типичный и состоит из вступления преподавателя, работа студентов по заданиям преподавателя, и практической части, включающая разбор конкретных ситуаций, решение ситуационных задач, тренировочные упражнения и т.д. В структуру практического занятия входят: тема занятия, цель занятия, план занятия, материалы для контроля исходного и конечного уровней усвоения, обучающая задача (видеоматериал, статья).

4.2. Материалы по практической части курса

Смотреть пункт 3

4.3. Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов

Тема: **Маркетинговые исследования медицинской и фармацевтической продукции с позиции товара**

• *Дополните определение.*

Маркетинг — это процесс _____, включающий в себя определение, прогнозирование и удовлетворение запросов потребителей с получением прибыли:

1. Контроля
2. Управления
3. Организации
4. Обмена
5. Планирования

• *Универсальной функцией маркетинга является:*

1. Сбытовые
2. Управление и контроль
3. Производственные
4. Аналитические
5. Сбор информации и исследование рынка

• *Основная цель маркетинговых исследований:*

1. Разработка плана маркетинга
2. Проведение маркетингового аудита
3. Контроль маркетингового плана
4. Создать информационно-аналитическую базу
5. Анализ деятельности организации

• *Установите последовательность этапов маркетинговых исследований:*

1. Сбор, анализ собранной информации

2. Обработка и представление полученных результатов
3. Отбор источников информации
4. Определение проблемы и формулирование целей исследования

• *Найдите ошибку.*

Методы маркетинговых исследований:

1. Маркетинговые
2. Общенаучные
3. Лингвистические
4. Других областей знаний
5. Аналитико-прогностические

• *Найдите ошибку.*

Основные направления маркетинговых исследований — это исследования:

1. Плана маркетинга
2. Потребителей
3. Рынка'
4. Товара
5. Цены

4.4. Тематика рефератов, эссе и других форм самостоятельных работ

- Влияние рекламы на потребительский выбор медицинских и фармацевтических товаров
- Фармацевтическое товароведение при пандемиях и эпидемиях
- Этика и соблюдение норм в фарм торговле
- Ценообразование на лекарственные средства:
проблемы и решения
- Упаковка и маркировка ЛС
- Логистика и транспортировка товаров: Методы оптимизации, влияние логистики на сохранность товаров, влияние условий транспортировки.
- Фальсификация лекарственных средств
- Фальсификация лекарственных средств

- Основы товароведения и товароведческого анализа медицинских и фармацевтических товаров
- Маркетинговые исследования медицинской и фармацевтической продукции
- Товароведческий анализ парафармацевтической продукции
- Товароведческий анализ общехирургических, специальных медицинских инструментов, медицинской техники и медицинских изделий
- Товароведческий анализ лекарственных средств

4.5. Образцы вариантов контрольных работ, тестов и/или других форм текущих и промежуточных контролей

Ф.И.О. _____

1. Что такое ЛС: _____

2. Что такое БАД: _____

3. Из чего состоит рецепт:

* Доза

* Продолжительность курса лечения

* Имя пациента

* Метод применения

* Название препарата

* Активное вещество

4. Раскрыть аббревиатуру SWOT _____

5. Чем рецептурный препарат отличается от безрецептурного? _____

6. Продолжи: фармацевт/провизор/аптекарь/ _____

7. Отметь путь от создания ЛС до выпуска из аптеки:

*Дистрибьютор

*Фармацевтический завод/производитель

*Аптечная сеть.

8. Что такое парафармация? _____

9. Какие препараты относятся к группе Rx? _____

10. Какая аптека выгоднее классическая аптека или фарм-маркет и почему? _____

11. Менеджмент это- _____

12. Перечислите Научные школы управления, годы

основателей: _____

4.6. Перечень экзаменационных вопросов

1. Дайте определение научной дисциплины товароведения.
2. Что понимается под потребительной стоимостью, потребительской ценностью товара?
3. Что изучает товароведение? Какова цель товароведения? Перечислите основные задачи товароведения.
4. Что относится к методам практической товароведной деятельности? Какова основная цель дисциплины МФТв?
5. Что включает социальная направленность дисциплины МФТв? Перечислите основные задачи МФТв.
6. Дайте определение товара. Чем различаются существующие определения товара?

7. На какие группы классифицируется товар. Дайте характеристику товарам индивидуального потребления, приведите примеры.
8. Перечислите и охарактеризуйте группы товаров широкого потребления по степени долговечности.
9. Дайте характеристику товарам производственного назначения, приведите примеры.
10. Дайте определение и объясните понятие потребительных стоимостей товаров.
11. Перечислите и охарактеризуйте группы потребительских свойств товаров.
12. Дайте определение классификации. Перечислите цели классификации. Перечислите виды классификаций.
13. Дайте определение классификационного признака. Перечислите классификационные признаки для МФТ.
14. Что представляют собой классификаторы? Перечислите их категории.
15. Что такое кодирование и коды продукции, как они образуются?
16. Расскажите классификации медицинских и фармацевтических товаров.
17. Каковы основы положения штрихового кодирования?
18. Дайте определение процесса хранения, условий и режима хранения. Перечислите и объясните основополагающие принципы хранения.
19. Что относится к факторам, сохраняющим потребительские свойства товаров?
20. Назовите факторы, формирующие качество и количество потребительских свойств товаров.
21. Выделите основные группы факторов внешней среды, влияющих на качество товаров.
22. Дайте определения термина «упаковка». Перечислите основные функции упаковки.
23. Расскажите классификацию упаковки по признаку назначения. Расскажите классификацию упаковки по признаку состава.
24. Расскажите классификацию упаковки по признаку применения. Перечислите особые требования к материалу для первичной упаковки ЛС. Расскажите о потребительских свойствах упаковки.
25. Каковы функции вторичной упаковки? Перечислите и охарактеризуйте общие требования к упаковке. Расскажите классификации тары.
26. Что такое упаковочные материалы? Для чего предназначены укупорочные средства? Перечислите их виды.

27. Расскажите виды упаковок различных лекарственных форм. В чем заключается содержание экологических аспектов упаковки? Расскажите о последовательности этапов разработки упаковки.
28. Что такое маркировка? Какие виды ее Вы знаете? Перечислите функции маркировки.
29. Что такое товарный знак (товарная марка)? Как расшифровывается регистрационный номер, Как производится маркировка сроков годности?
30. Дайте определение товарной экспертизы и ее характеристику. Сформулируйте цель товароведческого анализа.
31. Перечислите основные задачи товароведческого анализа. На каких принципах базируется товароведческий анализ? Расскажите классификацию методов товароведческого анализа. Перечислите и дайте характеристику видов товароведческого анализа. Какие этапы проходит товароведческий анализ?
32. Что оформляется по результатам товароведческого анализа? Какие функции выполняет идентификация товаров, Расскажите сущность фальсификации товаров. Какие виды фальсифицированных ЛС Вы знаете?
33. Расскажите классификацию медицинских товаров.
34. Дайте характеристику каждой группы медицинских товаров. Дайте общую характеристику медицинских инструментов. Какие группы инструментов относятся к общехирургическим? Перечислите группы общехирургических инструментов по принципу использования в различных областях медицины.
35. Расскажите общие требования, которым должны отвечать медицинские инструменты.
36. Перечислите требования, предъявляемые к шовному материалу. Какие виды шовного материала выделяют в зависимости от способности к биодеструкции?
37. Перечислите шовный материал, относящийся к рассасывающимся
38. Какие нити относятся к медленно рассасывающимся? Дайте характеристику нерассасывающихся нитей.
39. Дайте определение перевязочного материала и перевязочных средств. Перечислите основные цели применения перевязочных материалов и средств.
40. Перечислите основные требования, которым должны удовлетворять перевязочные материалы и средства.
41. Расскажите классификацию перевязочных материалов.

42. Дайте общую характеристику фармацевтического рынка.
43. Расскажите о тенденциях роста мирового объема продаж ЛС. Чем обусловлены различия величины среднедушевого потребления ЛС в разных странах?
44. Дайте характеристику количественных показателей ассортимента ЛС в разных странах мира.
45. Расскажите об особенностях ассортимента мирового ФР.
46. Почему отмечаются тенденции роста продаж дженериков, Дайте характеристику рынка безрецептурных препаратов.
47. Расскажите о перспективах производства инновационных ЛС. Назовите страны и регионы, в которых сосредоточены основные фармацевтические мощности.
48. Дайте характеристику современного рынка ЛС, действующих на ЦНС.
49. Дайте общую характеристику рынка сердечнососудистых средств.
50. Аргументируйте тенденции роста продаж БАД-ов на мировом рынке.
51. Дайте определение и расскажите классификацию парафармацевтической продукции.
52. Дайте определение понятия «маркетинговые исследования», укажите цель их проведения.
53. Перечислите этапы проведения маркетинговых исследований.
54. Перечислите и дайте характеристику методов маркетинговых исследований.
55. Перечислите основные направления маркетинговых исследований
56. Что такое «маркетинговый аудит» и какие объекты ему подверга-
57. ются?
58. В чем заключаются цель и задачи маркетинговых исследований медицинской и фармацевтической продукции с позиции товара?
59. Расскажите и дайте характеристику цели и задачам товарной политики.
60. Что такое конкуренция? Приведите характерные черты конкуренции.
61. Перечислите и дайте характеристику видам конкуренции.
62. Расскажите методы конкурентной борьбы.
63. Что понимается под «недобросовестной конкуренцией»?
64. Дайте определение понятия «конкурентоспособность». Перечислите факторы, влияющие на конкурентоспособность.
65. Дайте характеристику параметров конкурентоспособности ЛС.
66. Какова сущность метода SWOT-анализа?

4.7. Образцы экзаменационных билетов

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

Предмет: Медицинское и фармацевтическое товароведение

1. Дайте определение научной дисциплины товароведения.
2. Расскажите классификации медицинских и фармацевтических товаров.
3. Дайте определение понятия «конкурентоспособность». Перечислите факторы, влияющие на конкурентоспособность.

4.8. Образцы экзаменационных практических заданий

Тема: Парафармацевтическая продукция: лечебно-косметически, товары, санитарно-гигиенические средства

• *Найдите ошибку.*

К парафармацевтической продукции относятся:

1. Лечебно-косметические товары
2. Минеральные воды
3. Очковая оптика
4. Диагностикумы
5. Медицинские аппараты

• *Найдите ошибку.*

Современная номенклатура товаров дополнительного ассортимента:

1. Товары для ухода за больными
2. Товары для перевязки и фиксации
3. Товары для коррекции зрения
4. Товары для пропаганды здорового образа жизни
5. Продукты лечебно-профилактического питания

• *Установите соответствие.*

Парфюмерно-косметические товары Группы

1. Парфюмерия А. Декоративные средства

2. Косметика Б. Средства для ароматиза.

- *Найдите ошибку.*

Условия хранения лечебно-косметических товаров:

1. Защищенное от света место
2. Температура 0-25°C
3. Вдали от отопительных приборов
4. Относительная влажность 55-70%
5. Температура +6-25° С

4.9. Банк тестовых заданий для самоконтроля

Дремова Н. Б. Медицинское и фармацевтическое товароведение.

Учебное пособие (курс).— Курск: КГМУ, 2005.— 520 с.

5. Методический блок

5.9. Методика преподавания

- 5.9.1. Методические рекомендации для студентов по подготовке к семинарским, практическим или лабораторным занятиям, по организации самостоятельной работы студентов при изучении конкретной дисциплины.

Успешное изучение дисциплины требует от обучающихся посещения лекций, интерактивной работы на семинарских занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с базовыми учебниками, основной и дополнительной литературой. Лекции имеют в основном обзорный характер и нацелены на освещение наиболее трудных вопросов, а также призваны способствовать формированию навыков работы с научной литературой. Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой. Основным методом обучения является самостоятельная работа студентов с учебно-методическими материалами, научной литературой, интернет-ресурсами.

Правильная организация самостоятельных учебных занятий, их систематичность, целесообразное планирование рабочего времени позволяют обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивать высокий уровень успеваемости в период обучения, получить навыки повышения профессионального

уровня. Основной формой промежуточного контроля и оценки результатов обучения по дисциплине является экзамен.

Оценочные средства: Собеседование, контрольная работа, письменное тестирование, анализ ситуационных задач, рефераты и доклады.