

**Тематический план занятий семинарского типа
по дисциплине
«Управление и экономика фармации»
для обучающихся 2026 года поступления
по образовательной программе
33.08.02 УПРАВЛЕНИЕ И ЭКОНОМИКА ФАРМАЦИИ,
форма обучения очная
на 2026-2027 учебный год**

№	Темы занятий семинарского типа	Часы (академ.)
1 семестр		
1.	Система национального законодательства РФ в сфере здравоохранения и охраны здоровья граждан.	6
2.	Государственное регулирование обращения лекарственных средств.	6
3.	Государственное регулирование обращения лекарственных средств.	6
4.	Национальная лекарственная политика	6
5.	Государственное регулирование качества продукции и услуг.	6
6.	Государственное регулирование разработки и производства ЛС.	6
7.	Государственное регулирование разработки и производства ЛС.	6
8.	Лицензирование деятельности в сфере обращения лекарственных средств.	6
9.	Лицензирование деятельности в сфере обращения лекарственных средств.	6
10.	Фармацевтическая деятельность.	6
11.	Организация лекарственного обеспечения населения в условиях медицинского страхования и рынка.	6
12.	Организация лекарственного обеспечения населения в условиях медицинского страхования и рынка.	6
13.	Льготное лекарственное обеспечение.	6
14.	Система государственного контроля качества лекарственных средств в Российской Федерации.	6
15.	Система государственного контроля качества лекарственных средств в Российской Федерации.	6
16.	Мониторинг эффективности и безопасности лекарственных препаратов, находящихся в обращении в РФ	6
17.	Информация о лекарственных препаратах. Система мониторинга движения лекарственных препаратов для медицинского применения	6
18.	Осуществление контроля за деятельностью юридического лица (ИП) при осуществлении фармацевтической деятельности.	6
19.	Осуществление контроля за деятельностью юридического лица (ИП) при осуществлении фармацевтической деятельности.	6
20.	Административная уголовная ответственность при нарушении норм обеспечения качества лекарственных средств.	6
21.	Основные принципы фармацевтического маркетинга. Понятийный аппарат. История развития.	6
22.	Основные принципы фармацевтического маркетинга. Понятийный аппарат. История развития.	6
23.	Социальные функции маркетинга. Надлежащий продукт. Надлежащее количество. Надлежащее место. Надлежащая цена.	6

	Надлежащее время. Коммуникации. Управление маркетингом. Общественная роль фармацевтического маркетинга.	
24.	Маркетинговая характеристика товаров аптечного ассортимента.	6
25.	Спрос и потребность на лекарственные средства. Ассортимент аптечных организаций. Классификация товаров аптечного ассортимента. Ассортиментная политика, основные показатели ассортимента. Расчет потребности в лекарственных средствах	6
26.	Спрос и потребность на лекарственные средства. Ассортимент аптечных организаций. Классификация товаров аптечного ассортимента. Ассортиментная политика, основные показатели ассортимента. Расчет потребности в лекарственных средствах	6
27.	Практика распределения товаров аптечного ассортимента на фармацевтическом рынке.	6
28.	Изучение спроса на лекарственные препараты. Формирование ассортимента лекарственных препаратов на основе изучения спроса.	6
29.	Изучение спроса на лекарственные препараты. Формирование ассортимента лекарственных препаратов на основе изучения спроса.	6
30.	Среда маркетинговых коммуникаций. Продвижение лекарственных препаратов в условиях ограничений	6
31.	Сбытовая деятельность фармацевтических предприятий. Оптовая торговля. Особенности оптовой торговли лекарственными средствами Розничная торговля.	6
32.	Сбытовая деятельность фармацевтических предприятий. Оптовая торговля. Особенности оптовой торговли лекарственными средствами Розничная торговля.	6
33.	Реклама лекарственных препаратов. Закон «о рекламе». Продвижение ЛП в месте продажи.	6
34.	Мерчандайзинг в аптечных организациях Концепция ответственного самолечения и организация информационного обеспечения в системе безрецептурного отпуска лекарственных препаратов.	6
35.	Мерчандайзинг в аптечных организациях Концепция ответственного самолечения и организация информационного обеспечения в системе безрецептурного отпуска лекарственных препаратов.	6
36.	Технологии личных продаж. Выявление потребностей покупателя лекарственных препаратов.	6
37.	Техники ведения диалога с потребителем, типология покупательского поведения Покупательные сигналы. Способы сопровождение и завершения продажи. Программы формирования лояльности покупателя в аптеках.	6
38.	Техники ведения диалога с потребителем, типология покупательского поведения Покупательные сигналы. Способы сопровождение и завершения продажи. Программы формирования лояльности покупателя в аптеках.	6
39.	Методы и приемы маркетингового анализа в системе лекарственного обеспечения населения и медицинских организаций	6
40.	Маркетинговые исследования как систематизированный сбор, анализ информации с целью принятия соответствующих управленческих решений. Методы маркетингового исследования.	6
41.	Стратегический менеджмент. Отраслевая конкуренция в фармации. Оценка конкурентоспособности. Организационные основы в системе менеджмента. Внешняя и внутренняя среда организации. Миссия организации, имидж	6
42.	Организационное проектирование работы фармацевтической	6

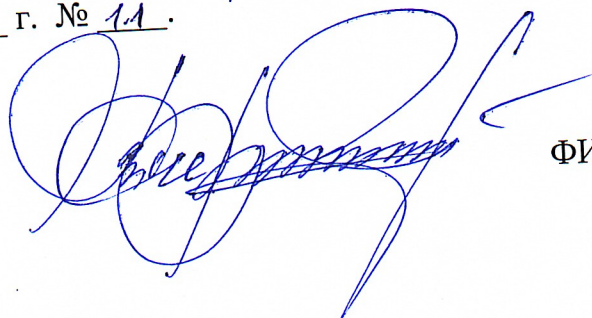
	организации. Стратегический планирование.	
	2 семестр	
43.	Формирование и ранжирование целей работы организации. Стратегический менеджмент. Отраслевая конкуренция в фармации. Принятие управленческих решений Характеристика управленческих решений. Процесс принятия управленческого решения.	6
44.	Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений. Моделирование управленческих процессов	6
45.	Функция планирования в менеджменте. Внутрифирменное планирование деятельности фармацевтической организации: сущность, функции, этапы. Современная терминология делопроизводства. Документы как носители оперативной и ретроспективной информации	6
46.	Модели, используемые в менеджменте: теория игр, теория очередей, модели управления запасами, линейное программирование, имитационное программирование, экономический анализ.	6
47.	Роль и значение мотивации в системе управления персоналом. Сравнительный анализ теорий мотивации. Пути совершенствования систем стимулирования труда. Руководство персоналом и мотивация труда. Модели, используемые в менеджменте: теория игр, теория очередей, модели управления запасами, линейное программирование, имитационное программирование, экономический анализ.	6
48.	Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения», документы как носители оперативной и ретроспективной информации	6
49.	Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения», документы как носители оперативной и ретроспективной информации	6
50.	Тренинги и внутрифирменное обучение персонала. Становление фармацевтического персонала, адаптация. Язык делового общения. Вербальные и невербальные коммуникации. Имидж, виды коммуникаций. Командное взаимодействие. Теории лидерства. Стили управления. Формы власти и влияния. Психологический портрет руководителя и лидера.	6
51.	Роль и значение мотивации в системе управления персоналом. Сравнительный анализ теорий мотивации. Пути совершенствования систем стимулирования труда. Подбор и расстановка кадров.	6
52.	Синдром выгорания у персонала и методы борьбы с демотивацией. Социально-психологический климат фармацевтической организации. Факторы, влияющие на социально-психологический климат фармацевтической организации.	6
53.	Природа и типы конфликтов. Причины возникновения конфликтов, управление конфликтами и методы их разрешения.	6
54.	Классификация и кодирование медицинских товаров. виды, методы и правила классификации медицинских изделий. Понятие, структура, методы кодирования. Способы кодирования медицинских товаров. Классификаторы.	6
55.	Основные понятия и классификация ассортимента товаров. Свойства и показатели ассортимента.	6
56.	Методы анализа ассортимента аптечных товаров.	6
57.	Качество медицинских товаров и его показатели. Свойства, определяющие качество. Показатели качества медицинских товаров. формы и методы контроля качества продукции.	6
58.	Проблема фальсификации товаров для медицинского и фармацевтического применения.	6
59.	Правовые основы технического регулирования медицинской и	6

	фармацевтической деятельности. Стандартизация. Подтверждение соответствия.	
60.	Административная ответственность в сфере технического регулирования.	6
61.	Упаковка медицинских и фармацевтических товаров. Требования, предъявляемые к упаковке.	6
62.	Средства торговой информации. Маркировка медицинских и фармацевтических товаров.	6
63.	Организация закупочной деятельности в фармацевтической практике. Выбор и оценка поставщиков. Порядок оформления и заключения договоров и контрактов с поставщиками.	6
64.	Организация закупочной деятельности в фармацевтической практике. Порядок расчетов с поставщиками. Досудебный (претензионный) порядок урегулирования споров.	6
65.	Основные понятия транспортной фармацевтической логистики. Классификация грузов.	6
66.	Товароведческий анализ медицинских и фармацевтических товаров. Особенности товароведческого анализа медицинских и фармацевтических товаров. Этапы товароведческого анализа.	6
67.	Фармацевтическая среда. Стратегические программы развития региона и отрасли для планирования деятельности фармацевтической организации.	6
68.	Фармацевтическая среда. Стратегические программы развития региона и отрасли для планирования деятельности фармацевтической организации.	6
69.	Нормативно-правовая база, регулирующая формирование аптечного ассортимента. Юридическая ответственность за нарушения ассортиментного перечня аптечной организации.	6
70.	Основные аспекты управления ассортиментом и его формирования. Технологии управления.	6
71.	Основные аспекты управления ассортиментом и его формирования. Технологии управления.	6
72.	Практическая значимость анализа аптечного ассортимента (по скорости реализации, по маркетинговому потенциалу).	6
73.	Факторы, влияющие на диверсификацию аптечного ассортимента.	6
74.	Проблемный ассортимент. Особенности работы с высокомаржинальными товарами	6
75.	Проблемный ассортимент. Особенности работы с высокомаржинальными товарами	6
76.	Оперативный контроль за основными показателями финансово-хозяйственной деятельности аптечной организации как способ повышения эффективности ее финансово-экономической деятельности.	6
77.	Оперативный контроль за основными показателями финансово-хозяйственной деятельности аптечной организации как способ повышения эффективности ее финансово-экономической деятельности.	6
78.	Оперативный контроль за основными показателями финансово-хозяйственной деятельности аптечной организации как способ повышения эффективности ее финансово-экономической деятельности.	6
79.	Оперативный контроль за основными показателями финансово-хозяйственной деятельности аптечной организации как способ повышения эффективности ее финансово-экономической деятельности.	6
80.	Правовые основы регулирования фармацевтической деятельности. Лицензирование фармацевтической деятельности.	6
81.	Правовые основы регулирования фармацевтической деятельности. Лицензирование фармацевтической деятельности.	6

82.	Организация оптовой торговли лекарственными средствами	6
83.	Организация оптовой торговли лекарственными средствами	6
84.	Система фармаконадзора. Организация службы фармаконадзора.	6
		6
Итого		252/252 504

Рассмотрено на заседании кафедры ОПД, РТ и Б
« 01 » 09 2026 г. № 1.1.

Заведующий кафедрой



ФИО