

**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ»
(ЧОУ ДПО «МИНО»)**



УТВЕРЖДАЮ

Ректор ЧОУ ДПО «МИНО»

Л.Я. Подпорина

15 января 2018 г.

Аннотация

**к дополнительной профессиональной программе
повышения квалификации
«Маркетинг в фармацевтической деятельности», 36 ч.**

І. Пояснительная записка

1. Актуальность программы.

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации провизоров «Маркетинг в фармацевтической деятельности» разработана в соответствии с квалификационными требованиями, определенными приказом Минздравсоцразвития РФ № 541 от 23.07.2010. «Об утверждении единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников в сфере здравоохранения», приказом Минобрнауки России от 01.07.2013. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» и является нормативно-методическим документом, регламентирующим содержание и организационно-методические формы обучения по направлению «Управление и экономика формации» в системе дополнительного профессиональном образовании и сертификации провизоров. Программа составлена в соответствии с Приказом Минздрава России от 08.10.2015 N 707н "Об утверждении Квалификационных требований к медицинским и фармацевтическим работникам

с высшим образованием по направлению подготовки "Здравоохранение и медицинские науки" (Зарегистрировано в Минюсте России 23.10.2015 N 39438).

Дополнительная профессиональная образовательная программа повышения квалификации «Маркетинг в фармацевтической деятельности» направлена на совершенствование компетенций, необходимых для профессиональной деятельности специалистов с высшим и средним фармацевтическим образованием в рамках имеющейся квалификации «Фармация».

2. Цель образовательной программы

Целью дополнительной программы повышения квалификации «Маркетинг в фармацевтической деятельности» является совершенствование компетенций по обеспечению стандартов управления и контроля качества текущей деятельности фармацевтической организации и повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации провизора в области организации фармацевтической деятельности

3. Задачи

1. Ознакомление с положениями международных и российских нормативных правовых актов, регламентирующих создание системы управления качеством в фармацевтических организациях.
2. Ознакомление с опытом внедрения систем менеджмента качества в фармацевтических организациях.
3. Овладение практическими навыками по организации внутриаптечного контроля качества лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента
4. Овладение практическими навыками по составлению внутренних стандартов качества аптечной организации

4. Требования к квалификации слушателей

К освоению дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Маркетинг в фармацевтической деятельности» допускаются лица, имеющие высшее профессиональное образование по специальности "Управление и экономика фармации".

5.Описание перечня профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в процессе обучения.

В результате освоения дополнительной программы повышения квалификации «Маркетинг в фармацевтической деятельности» у слушателей должны быть сформированы профессиональные компетенции (ПК).

Профессиональные компетенции (ПК) характеризуются:

- готовностью к организации и управлению деятельностью производственных и лабораторных подразделений фармацевтического предприятия в соответствии с правилами организации производства и контроля качества лекарственных средств;

- готовностью к применению профессиональных знаний и знаний правил организации производства и контроля качества лекарственных средств для оценки значимости и степени риска отклонений и несоответствий процессов и качества лекарственных средств при производстве и контроле серии выпускаемых лекарственных средств;

- способностью к поиску и анализу причин случаев неудовлетворительного производства и контроля качества лекарственных средств, разработка мероприятий по их устранению;

- готовностью к проектированию, разработке, управлению и документированию процессов на фармацевтическом производстве, обеспечивающих выпуск лекарственных средств в соответствии с регистрационным досье на лекарственный препарат;

- способность к эффективному взаимодействию со структурными и функциональными подразделениями фармацевтического предприятия по обеспечению качества лекарственных средств и контролю его изменений;

- владению навыками ведения переговоров, установления контактов и навыками профессиональной аргументации;

- способностью самостоятельного овладения новыми знаниями с использованием современных образовательных технологий.

6. Планируемые результаты обучения

Для формирования профессиональных компетенций фармацевт должен обладать следующими знаниями, умениями и навыками. Фармацевт по специальности «Маркетинг в фармацевтической деятельности» должен

знать:

- положения нормативных правовых актов, регулирующих обращение лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента;
- международные стандарты системы менеджмента качества;
- критерии и показатели, характеризующие состояние обеспечения населения лекарственными препаратами;
- фармацевтический менеджмент и система управления качеством;
- порядок действий в отношении фальсифицированной, недоброкачественной и контрафактной продукции;
- делопроизводство, виды и формы документации. Порядок документального оформления результатов выполняемой работы;
- методы и приемы урегулирования претензий потребителей;
- правила по охране труда и пожарной безопасности;

уметь:

- анализировать информацию и разрабатывать стандарты качества текущей деятельности;
- планировать, координировать и управлять основными бизнес-процессами в фармацевтической организации;
- проводить комплексный анализ деятельности аптечной организации осуществлять устные и письменные коммуникации в общении с коллегами, потребителями и поставщиками;
- организовывать обратную связь с работниками фармацевтической организации, поставщиками;
- организовать и обеспечить документооборот;
- организовать претензионную работу с потребителями;
- информировать врачей о новых современных лекарственных препаратах, синонимах и аналогах;

- использовать современные информационные технологии для получения и проверки информации о лекарственных препаратах и других товарах аптечного ассортимента;
- проводить санитарно-просветительную работу с населением;
- формировать мотивации граждан к поддержанию здоровья и приверженности к лечению;
- самостоятельно планировать и организовывать свою производственную деятельность и эффективно распределять свое время;
- анализировать и оценивать результаты собственной деятельности, деятельности коллег и других работников для предупреждения профессиональных ошибок и минимизации рисков для пациента.

владеть:

- навыками получения воды очищенной и для инъекций различными методами, обеспечивать ее сбор, надлежащее хранение и использование;
- навыками и умением решать проблему несовместимости, использовать рациональные пути предотвращения нежелательных взаимодействий; проверять дозы с учетом возраста и массы больного, а также соответствие выписанных количеств наркотических веществ допустимым нормам отпуска;
- умением и способностью организовать рабочие места фармацевтических работников, обеспечить производственные помещения современными аппаратами и оборудованием и правильную их эксплуатацию в условиях аптек;
- умением изготавливать лекарственные препараты по индивидуальным рецептам в условиях аптек, малосерийных производств; изготавливать все виды лекарственных форм, концентраты, полуфабрикаты и препараты в виде внутриаптечной заготовки;
- умением пользоваться аппаратами и приборами при изготовлении и контроле качества лекарственных форм; содержать в исправности приборы и аппараты, в том числе весы и дозаторы различных типов; контролировать соблюдение правил эксплуатации аппаратов, приборов и технологического оборудования средним и младшим фармацевтическим персоналом;
- умением использовать современные методы стерилизации;

- навыками осуществления на практике всех видов внутриаптечного контроля; постадийного и конечного контроля производства лекарственных форм;
- умением проводить анализ выявленных случаев неудовлетворительного изготовления лекарственных форм, устанавливать причину и принимать меры по устранению ошибок;
- умением оформлять необходимую документацию, отражающую фармацевтическую экспертизу рецепта и отпуск лекарственных препаратов, вести предметно-количественный учет лекарственных средств;
- умением осуществлять поиск, хранение, переработку, преобразование и распространение информации, используя традиционные источники и электронные версии баз данных современных аспектов фармацевтической технологии и биомедицинской технологии;
- навыками проведения фармацевтической экспертизы рецепта, осуществления оценки необходимости самолечения, эффективности и безопасности рекомендуемых лекарственных препаратов безрецептурного отпуска;
- умением учитывать влияние фармацевтических факторов (вид лекарственной формы, размер частиц лекарственных веществ, физико-химические свойства и концентрацию лекарственных и вспомогательных веществ, технологический процесс и используемые средства механизации технологических процессов и др.) на фармакокинетику, фармадинамику, биологическую доступность и биоэквивалентность лекарственных средств;
- организовывать и проводить заготовку, приемку и стандартизацию лекарственного растительного сырья;
- умением информировать и консультировать врачей и население о лекарственных препаратах и их рациональном использовании;
- умением оформлять документацию установленного образца в соответствии с требованиями приказов МЗ РФ.

II. Учебный план

программы повышения квалификации

«Маркетинг в фармацевтической деятельности»

Трудоемкость программы: 36 часов

Форма обучения: заочная форма обучения с применением дистанционных образовательных технологий и электронных форм обучения.

Режим занятий: 6 часов при шестидневной учебной неделе

№	Наименование модулей дисциплин	Трудоемкость, ч	Всего, ч	Электронные формы обучения, в т.ч.					Тестирование	Промежуточная аттестация	
				Лекции	Практические	Консультации	Работа с электронными базами данных	Работа в форуме, чате		зачет	экзамен
1.	Тема 1. Аналитическая функция маркетинга	4	4	1	1	-	2	-			
2	Тема 2. Комплексное исследование фармацевтического рынка	4	4	1	1	-	2	-			
3	Тема 3. Разработка программы маркетингового исследования потребителей МФТУ	6	6	1	1	1	2	1			
4	Тема 4. Анализ ассортимента лекарственных препаратов	4	4	1	1	-	2	-			
5	Тема 5. Конкурентоспособность товаров. Изучение деятельности конкурентов	6	6	1	1	1	2	1			
6	Тема 6. Сбытовая функция маркетинга. Маркетинговая служба аптечной организации	6	6	1	1	1	2	1			

7	Тема 7. Реклама, виды рекламы в зависимости от жизненного цикла товара	4	4	1	1	-	2	-			
	Итоговая аттестация	2									Тестирование
	ИТОГО:	36	34	7	7	3	14	3			