

Автономная некоммерческая
образовательная организация
дополнительного
профессионального образования



305004 г. Курск,
ул. Садовая, д.28,
тел.8-906-046-76-26/74-96
ИНН 4632244432
КПП 463201001

«Учебный центр «Доктрина»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

(повышения квалификации на базе среднего
профессионального образования)

«ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В ФАРМАЦИИ»

Москва 2022 г

Автономная некоммерческая
образовательная организация
дополнительного
профессионального образования



305004 г. Курск,
ул. Садовая, д.28,
тел.8-906-046-76-26/74-96
ИНН 4632244432
КПП 463201001

«Учебный центр «Доктрина»



ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

(повышения квалификации на базе среднего
профессионального образования)

«ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В ФАРМАЦИИ»

Москва 2022 г

Программа дополнительного профессионального образования «Экономика и управление в фармации»
на 144 часа для НМО

Содержание:

1. Паспорт образовательной программы
 - 1.1. Область применения программы
 - 1.2. Цели и задачи программы
 - 1.3. Трудоемкость освоения программы
2. Учебный план и календарный график
 - 2.1. Учебный план
 - 2.2. Календарный график
3. Содержание рабочей программы
4. Структура программы
5. Требования к условиям реализации программы
6. Требования к результатам освоения программы
7. Фонды оценочных средств
8. Информационное обеспечение

1. Паспорт образовательной программы

1.1. Область применения программы

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Экономика и управление в фармации» разработана в соответствии с Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденным приказом Минобрнауки России от 01.07.2013 г. №499 «Об утверждении порядка организации осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным образовательным программам» и приказом Минтруда России от 31.05.2021 г. N 349н «Об утверждении профессионального стандарта «Фармацевт», приказ Минздрава РФ от 05.06.98 № 186 (ред. от 05.08.2003) "О повышении квалификации специалистов со средним медицинским и фармацевтическим образованием"

Реализация программы направлена на повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации предназначена для фармацевтов, повышающих квалификацию по специальности «Фармация» в рамках должности руководителя со средним фармацевтическим образованием учреждений и организаций, с заочной формой обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

1.2. Цели и задачи программы

Целью программы является:

- обучение фармацевтов, повышающих квалификацию по специальности «Фармация», в рамках должности руководителя со средним фармацевтическим образованием учреждений и организаций, требованиям надлежащей аптечной практики по организации обеспечения системы качества ЛС и товаров аптечного ассортимента, фармацевтического менеджмента и маркетинга в аптечной организации;
- расширение границ имеющихся знаний, формирование навыков и отработка использования полученных ранее компетенций с помощью интерактивных форматов обучения, через создание виртуальных симуляций процессов и действий.

Задачей программы является применение элементов фармацевтического маркетинга, анализа экономических показателей, внедрение новых информационных технологий, элементов менеджмента в бизнес-

процессы аптечных организаций в рамках реализации лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента населению в рамках управления аптечной организацией.

1.3. Трудоемкость освоения программы

Максимальная учебная нагрузка: 144 академических часа включает:

Профессиональный цикл – 142 часа

Итоговая аттестация – 2 часа.

2. Учебный план и календарный график

2.1. Учебный план

№	Наименование модулей и тем	Всего часов	Виды учебных занятий, учебных работ			Формы контроля
			Заочно с применением ДОТ и ЭО		Самостоятельная работа	
			Теоретические занятия	Практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7
ПЦ	Профессиональный цикл					Электронное тестирование. Интерактивные тестирование. Тренажер продаж.
1	Организация обеспечения системы качества ЛС и товаров аптечного ассортимента	18	10	4	4	Решение профессиональных задач. Самостоятельная работа
2	Фармацевтический маркетинг: продвижение товаров и услуг	16	10	4	2	Самостоятельная работа
3	Экономические составляющие деятельности аптечных организаций в современных условиях	20	10	4	6	Решение профессиональных задач. Самостоятельная работа
4	Информационные технологии в деятельности аптечных организаций. Проект «Электронный рецепт».	20	16		4	Вопросы для самоконтроля
5	Особенности выкладки ЛС и товаров аптечного ассортимента	16	10	6		Вопросы для самоконтроля.

	в рамках маркетинговой активности аптечных организаций					Самостоятельная работа
6	Правила фармконсультирования и фарминформирования при реализации товаров аптечного ассортимента. Стандарты обслуживания клиентов	18	12	6		Решение профессиональных задач. Самостоятельная работа. Тренажер отработки навыков общения.
7	Менеджмент в бизнес-процессах аптечных организаций	16	10		6	Самостоятельная работа
8	Фармацевтическая этика и деонтология в рамках делового профессионального общения	12	8		4	Самостоятельная работа. Тренажер отработки навыков общения.
9	Правила поведения сотрудников при нестандартных ситуациях в аптеке	6	6			Вопросы для самоконтроля
ИА	Итоговая аттестация	2	92	24	26	Электронное тестирование
	Всего	144				

2.2. Календарный график

№	Наименование циклов, тем и последовательность их распределения	Трудоемкость в часах
ПЦ	Профессиональный цикл	142
1	Организация обеспечения системы качества ЛС и товаров аптечного ассортимента	18
	Актуальные изменения законодательства в обеспечении системы качества ЛС и товаров аптечного ассортимента в аптечной организации	2
	Документооборот в аптечной организации в рамках обеспечения системы качества	2
	Должностные обязанности сотрудника аптеки в рамках обеспечения системы качества	2
	Комплекс помещений для хранения ЛП и товаров аптечного ассортимента	2
	Специальные требования соблюдения санитарного режима в аптечных организациях	2
	Требования к температурному режиму хранения ЛС в помещениях хранения	2
	Учет режимов температуры и влажности в помещениях хранения ЛП и других товаров аптечного ассортимента	2
	Общие правила проведения инвентаризация ТМЦ	4
2	Фармацевтический маркетинг: продвижение товаров и услуг	16
	Виды маркетинга, используемые на фармацевтическом рынке	2
	Фармацевтический маркетинг в рамках нормативно-правовой базы	2

	Виды спроса	2
	Функции фармацевтического маркетинга	2
	Факторы, оказывающие влияние на фармацевтический рынок	2
	Концепция маркетинга при ориентации на потребителя	2
	Взаимодействие аптек и производителей в рамках требований нормативного регулирования фармацевтической деятельности	4
3	Экономические составляющие деятельности аптечных организаций в современных условиях	20
	Экономические показатели деятельности аптечных организаций, их значение	2
	Планирование экономической деятельности аптечной организации: товарооборот, валовый доход, прибыль и рентабельность, издержки обращения	4
	Фонд оплаты труда (ФОТ), формула расчета.	2
	Расчет показателей: кратность чека, наполняемость чека, средний чек	4
	Собственная торговая марка (СТМ). Преимущества и недостатки	2
	Улучшение основных показателей финансово-экономической деятельности за счет использования современных методов продвижения товаров	4
	Важность экономических показателей в деятельности аптечных организаций	2
4	Информационные технологии в деятельности аптечных организаций. Проект «Электронный рецепт».	20
	Компьютерное обеспечение: аппаратное и программное	2
	Базовая механика автоматизированного кассового модуля. Примеры кассовых модулей.	2
	Электронный документооборот в аптечной организации. СЭД. Основные требования, преимущества.	2
	Примеры систем электронного документооборота.	2
	Кадровое программное обеспечение. Примеры.	2
	CRM. Программы лояльности. Цели, преимущества	2
	Интернет (онлайн)	2
	Новые технологии на фармацевтическом рынке - уникальный сервис. Линия сбора лекарств, система электронной очереди, информационные киоски, мобильное приложение, измерительное оборудование и др.	4
	Особенности работы сотрудников аптек в рамках внедрения проекта «Электронный рецепт»	2
5	Особенности выкладки ЛС и товаров аптечного ассортимента в рамках маркетинговой активности аптечных организаций	16
	Мерчандайзинг в аптеке. Задача. История возникновения мерчандайзинга.	2
	Три кита мерчандайзинга: ассортимент, обстановка в аптеке и взаимодействие с посетителем.	2

	Алгоритм «зонирования» аптеки	1
	Составление планogramм торгового зала, в зависимости от вида аптечной организации	2
	Работа с ассортиментом: поддержание, ABC- анализ, XYZ - анализ	2
	Методы FIFO и LIFO в аптеке	2
	Различные способы выкладки товара.	2
	Оформление ценников в торговом зале. Рекламные материалы.	2
	Типы размещения торгового оборудования	1
6	Правила фармконсультирования и фарминформирования при реализации товаров аптечного ассортимента. Стандарты обслуживания клиентов	18
	Отличительные характеристики, влияющие на профессиональную деятельность фармацевтов и провизоров	1
	Роль сотрудника в формировании имиджа компании.	1
	Этический кодекс фармацевтического работника России. Взаимоотношения фармацевта и общества, фармацевта и врача, фармацевта с больным, фармацевта с фармацевтом	3
	Стандарты внешнего вида фармацевтического работника, требования.	1
	Стандарты безопасности кассовой дисциплины.	1
	Стандарты общения с посетителем аптеки.	2
	Выяснение потребности клиента. Различные методы построения диалога.	2
	Презентация товара в рамках фармконсультирования/фарминформирования: свойства, преимущество, выгода покупки.	2
	Фармацевтическая экспертиза рецепта.	1
	Техника активных продаж. Допродажи.	2
	Завершение продаж. Завершение контакта.	1
	Стандарты поведения сотрудников при проверке в аптеке.	1
7	Менеджмент в бизнес-процессах аптечных организаций	16
	Майнд-менеджмент: области применения, интеллект-карты, их преимущество.	2
	Алгоритм построения интеллект-карты.	2
	Использование интеллект-карт в аптеке: составление личной карты продаж, ежемесячного плана продаж, изучение новых требований	2
	Отечественная школа майнд-менеджмента. Виктор Федорович Шаталов.	1
	Как управлять временем? Тайм –менеджмент	1
	Принципы тайм-менеджмента. Лучшие методы тайм-менеджмента.	2
	Матрица Эзенхауэра.	2

	Тайм- менеджмент по хронотипу	2
	Внедрение тайм-менеджмента в деятельность аптечной организации. SWOT- анализ.	2
8	Фармацевтическая этика и деонтология в рамках делового профессионального общения	12
	Основы, функции и виды делового общения	2
	Особенности делового профессионального общения. Ведение переговоров.	2
	Психология делового общения: управление собственным состоянием, инструменты влияния.	2
	Классификация типов клиентов с учетом их поведенческих настроений.	2
	Конфликтология. Техника работы с возражениями: рефрейминг.	2
	Профессиональная этика и деонтология. Этический кодекс фармацевта.	2
9	Правила поведения сотрудников при нестандартных ситуациях в аптеке	6
	Алгоритм действия персонала при необходимости оказания доврачебной помощи	2
	Алгоритм действия сотрудников при получении травмы/скоропостижной смерти сотрудником или клиентом	2
	Алгоритм действия сотрудников при возникновении ЧС в аптеке и при возникновении стихийных бедствий.	2
ИА	Итоговая аттестация	2

3. Содержание рабочей программы

Модуль 1. «Организация обеспечения системы качества ЛС и товаров аптечного ассортимента».

Цель: скорректировать знания с учетом изменений в законодательстве по организации процесса системы качества ЛС и товаров аптечного ассортимента в аптечной организации в рамках надлежащей аптечной практики.

Темы/разделы:

- актуальные изменения законодательства в обеспечении системы качества ЛС и товаров аптечного ассортимента в аптечной организации;
- документооборот в аптечной организации в рамках обеспечения системы качества;
- должностные обязанности сотрудника аптеки в рамках обеспечения системы качества;
- комплекс помещений для хранения ЛП и товаров аптечного ассортимента;

- специальные требования соблюдения санитарного режима в аптечных организациях;
- требования к температурному режиму хранения ЛС в помещениях хранения;
- учет режимов температуры и влажности в помещениях хранения ЛП и других товаров аптечного ассортимента;
- общие правила проведения инвентаризация ТМЦ.

Ситуационная задача (пример):

Используя психрометрическую таблицу, внесите показания гигрометра в соответствующий Журнал и рассчитайте показатели влажности. Опишите ваши действия, при различных показаниях гигрометра.

Самостоятельная работа

Цель - использование полученных знаний по правилам проведения инвентаризации товарно-материальных ценностей в аптечной организации и превращение их в навыки на рабочем месте.

1. Анализ полученной информации о проведении инвентаризации в данной аптеке
2. Оформление соответствующего документооборота
3. Решение ситуационных задач

Пример:

Решите ситуационную задачу. Ответ обоснуйте.

Студентов 4 курса фармацевтического отделения медицинского университета (не работавших в данной аптеке) во время прохождения производственной практики в аптеке, привлекли к проведению внезапной инвентаризации ТМЦ, денежных средств, проводившейся администрацией аптеки...

По итогам инвентаризации выявлены расхождения, а именно излишки. Материально-ответственные лица с данным результатом были не согласны, так как результаты инвентаризации не действительны.

Почему? Правы ли материально-ответственные лица?

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

1. Федеральный закон РФ от 12 апреля 2010 г. N 61-ФЗ "Об обращении лекарственных средств»
2. Федеральный закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. от 11.06.2021 г.)

3. Приказ Минздрава РФ от 31 августа 2016 г. № 647н “Об утверждении Правил надлежащей аптечной практики лекарственных препаратов для медицинского применения”
4. ГОСТ 17527-2014 (ISO 21067:2007)
5. Государственная Фармакопея РФ XIV.ОФС.1.1.0010.18 Хранение лекарственных средств
6. Приказ Минздрава от 23 августа 2010 г. N 706н «Об утверждении правил хранения ЛС» (в ред. Приказа Минздравсоцразвития РФ от 28.12.2010 N 1221н)
7. Решение Комиссии Таможенного союза от 23 сентября 2011 г. № 799 «О принятии технического регламента Таможенного союза «О безопасности парфюмерно-косметической продукции».
8. Приказ Минздрава РФ от 13.11.1996 N 377 (ред. от 23.08.2010) "Об утверждении Инструкции по организации хранения в аптечных учреждениях различных групп лекарственных средств и изделий медицинского назначения" (Зарегистрировано в Минюсте РФ 22.11.1996 N 1202)
9. Федеральный закон от 21.11.2011 г. (ред. От 22.12.2020) № 323-ФЗ «Об основах здоровья граждан в Российской Федерации»
10. Постановление главного санитарного врача РФ от 24.12.2020 г. N 44 "Об утверждении СП 2.1.3678 – 20 «Санитарно–эпидемиологические требования к эксплуатации помещений, зданий, сооружений, оборудования и транспорта, а также условиям деятельности хозяйствующих субъектов, осуществляющих продажу товаров, выполнение работ или оказание услуг»
11. Постановление главного санитарного врача РФ от 02 12.20 №40 «Об утверждении санитарных правил» СП 2.2.3670-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к условиям труда»
12. СанПиН 1.2.3685-21 "Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания" утверждены Постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 28.01.2021 N 2
13. Санитарные правила 2.1.2.2645-10 «Санитарно-эпидемиологические требования к условиям проживания в жилых зданиях и помещениях»
14. ГОСТ Р 51303 – 2013. Национальный стандарт РФ. Торговля. Термины и определения (ред. от 22.04.2020)
15. Приказ МЗ РФ от 31.08.2016 г. № 646н «Об утверждении Правил надлежащей практики хранения и перевозки лекарственных препаратов для медицинского применения»
16. Постановление Правительства РФ № 1479 от 16.09.2020 г. «Об утверждении Правил противопожарного режима в Российской Федерации»

17. Приказ МЗ РФ от 31.08.2016 г. № 647н «Об утверждении Правил надлежащей аптечной практики лекарственных препаратов для медицинского применения»
18. Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 г. № 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства РФ»
19. Приказ МЗ РФ от 31.07.2020 года № 780н «Об утверждении видов аптечных организаций»

Модуль 2. Фармацевтический маркетинг: продвижение товаров и услуг

Цель: скорректировать знания по структуре и видам фармацевтического маркетинга, его значимости на фармацевтическом рынке, т.к. он включает в себя не только стимулирование продаж, но и обязательное соблюдение правил предоставления точной информации об услугах и препаратах.

В ходе освоения профессионального модуля слушатель должен знать:

- основную цель и понятия фармацевтического маркетинга;
- виды спроса на товары и услуги;
- законодательную базу для фармацевтического маркетинга;
- функции и факторы фармацевтического маркетинга;
- виды фармацевтического маркетинга, их характеристику и применение;
- особенности фармацевтического маркетинга в России.

Уметь:

- определять вид спроса на товар или услугу;
- определять вид рекламы ЛП и товаров аптечного ассортимента, с которыми специалист работает в зоне своей ответственности;
- пользоваться маркетинговой информацией для надлежащего исполнения своих обязанностей;
- проводить анализ ряда факторов, влияющих на продвижение товаров и услуг;
- определять вид маркетинга, который использует компания-производитель, для формирования актуального ассортимента аптеки.

Темы/разделы:

- Виды маркетинга, используемые на фармацевтическом рынке
- Фармацевтический маркетинг в рамках нормативно-правовой базы

- Виды спроса
- Функции фармацевтического маркетинга
- Факторы, оказывающие влияние на фармацевтический рынок
- Концепция маркетинга при ориентации на потребителя
- Взаимодействие аптек и производителей в рамках требований нормативного регулирования фармацевтической деятельности

Самостоятельная работа

Цель - использование полученных знаний по характеристикам различных видов спроса и задачам маркетинга для фармацевтической отрасли и превращение их в навыки на рабочем месте.

1. Анализ полученной информации о различных характеристиках спроса
2. Анализ влияния различных факторов на реализацию ЛП и товаров аптечного ассортимента в вашей аптеке

Пример:

Заполните таблицу. Приведите примеры из ассортимента вашей аптеки, ориентируясь на показатели характеристики спроса и задачи маркетинга.

Сделайте вывод, по самым сложно реализуемым позициям. Опишите действия от лица компании-производителя в данной ситуации.

Вид спроса	Характеристика спроса	Задачи маркетинга	Примеры
Отрицательный	Большая часть рынка (потребителей) недооценивает товар, согласна его избежать при определенных условиях	<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ причин невосприятости товара. 2. Модернизация товара. 3. Снижение цен. 4. Активное стимулирование 	
Отсутствующий	Незаинтересованность в товаре, безразличие к нему	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разъяснение преимуществ использования товара 	

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

1. Федеральный закон РФ от 12 апреля 2010 г. N 61-ФЗ "Об обращении лекарственных средств»
2. Федеральный закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. от 11.06.2021 г.)
3. Приказ Министерства здравоохранения РФ от 31 августа 2016 г. № 647н “Об утверждении Правил надлежащей аптечной практики лекарственных препаратов для медицинского применения”
4. Федеральный закон от 13.03.2006г. N 38-ФЗ "О рекламе"
5. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред.от01.03.2020) "О защите конкуренции".

6. Аверина М.В., Шевкуненко М.Ю. Российский рынок лекарственных средств. Бизнес в законе 2010.
7. Адамян Н. Лекарства для союза. Российская газета. № 6597 от 10 февраля 2015 г.
8. Багирова В.Л. Управление и экономика фармации. Учебник. М.: изд-во Медицина. 2008.
9. Батенева Т. Правила для фармрынка стали более прозрачными // Российская газета. 2015. № 982.
10. Батенева. Т. Профессионалы фармацевтического рынка готовы к диалогу с государством // Российская газета. Фармацевтика. 21 июня 2012. № 5812 (139).
11. Бондаренко Н.В. Расширение потребительского выбора в здравоохранении: теория, практика, перспективы / Отв. ред. Шейман И.М., Шишкин С.В.. М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ. 2012.
12. Бронникова О. Проведение исследований потребителей на фармацевтическом рынке // Провизор. 2008. № 8.
13. Ветошкина Ю.С., Фельдман О.П., Вольская Е.А. Реклама в научной медицинской периодике. Ремедиум. 2005. № 9.
14. Волков А.К., Рыжков А.А. Влияние права Европейского союза на регулирование национальных рынков фармацевтических средств государств-членов. М.: Право. Журнал ВШЭ. 2013. № 2. С. 116-133.
15. Гацура О.А., Гацура С.В. Актуальные аспекты взаимодействия специалистов здравоохранения и представителей фармацевтических компаний // Заместитель главного врача. 2012. № 9.
16. Гетьман, М.А. Большая фарма. 2-е изд., перераб и доп. М.: Литтерра, 2008.
17. Глембоцкая Г.Т. Фармацевтический менеджмент / Под общ. ред. проф. С.А.Кривошеева. М., 2013.
18. Корощенко Н. А., Мишина Н. М., Симонова И. В. Роль региональных коммерческих банков в развитии регионов // Молодой ученый. — 2016. — №1. — С. 381-385. — URL <https://moluch.ru/archive/105/24835/> (дата обращения: 23.03.2020).
19. Актуальная аналитика фармацевтического рынка. <https://alpharm.ru>
20. Официальная интернет версия Реестра лекарственных средств: [сайт] URL: <http://www.rlsnet.ru>.

Модуль 3. Экономические составляющие деятельности аптечных организаций в современных условиях

Цель: скорректировать знания по экономическим показателям хозяйственно-финансовой деятельности аптечных организаций с учетом использования современных методов продвижения товаров

В ходе освоения профессионального модуля слушатель должен знать:

- основные экономические показатели хозяйственно-финансовой деятельности аптечных организаций;
- планирование экономической деятельности аптечной организации: товарооборот, валовый доход, прибыль и рентабельность, издержки обращения;
- современные методы продвижения товаров в рамках улучшения экономических показателей.

Уметь:

- производить расчеты основных экономических показателей;
- использовать современные методы продвижения товаров с целью улучшения экономических показателей аптеки.

Темы/разделы:

- Экономические показатели деятельности аптечных организаций, их значение
- Планирование экономической деятельности аптечной организации: товарооборот, валовый доход, прибыль и рентабельность, издержки обращения
- Фонд оплаты труда (ФОТ), формула расчета.
- Расчет показателей: кратность чека, наполняемость чека, средний чек
- Собственная торговая марка (СТМ). Преимущества и недостатки
- Улучшение основных показателей финансово-экономической деятельности за счет использования современных методов продвижения товаров
- Важность экономических показателей в деятельности аптечных организаций

Ситуационная задача(пример):

Товарооборот аптеки составляет 3 500 000 за месяц. В течение месяца было пробито 3 568 чеков. Определите среднюю стоимость покупки за данный месяц.

Самостоятельная работа

Цель - использование современных методов продвижения товаров с целью улучшения экономических показателей аптеки

1. Анализ эффективности работы аптеки с обоснованием полученных результатов.
2. Расчет показателей деятельности аптеки.
3. Решение ситуационных задач.

Пример:

Решите ситуационную задачу. Ответ обоснуйте.

Показатели деятельности аптеки:

- Выручка за месяц составляет 2 678 000
- На закупку товаров потрачено 1 895 000
- ФОТ составил 105 000
- Аренда – 30 000
- Коммунальные расходы - 16 700
- Прочие расходы – 3 000

Определите операционную прибыль аптеки за данный месяц

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

1. Васькова Л.Б., Мусина Н.З. Методы и методики фармакоэкономических исследований: пособие. М.: ГЭОТАР-Медиа, 2007.
2. Управление и экономика фармации: Фармацевтический менеджмент и маркетинг / Под ред. Е.Е. Лоскутовой. М.: ИЦ «Академия», 2008. 416 с.
3. Сайт нормативно-справочного издания «Новая аптека»: [сайт] URL: <http://www.nov-ap.ru>.
4. Электронная версия медицинского журнала «Фарматека»: [сайт] URL: <http://www.pharmateca.ru>.
5. Экономика и организация фармации. Учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования. Изд-во Академия. 2016 г. 448 с.
6. Авакян М.Э. Основные положения управленческого учета, используемые в аптечных предприятиях/ М.Э. Авакян// Молодежная наука и современность: тр. 75 Всерос. науч. конф. студентов и молодых ученых с междунар. участием.- Курск, 2010.- С. 240.
7. Авакян, М.Э. Отдельные моменты диагностики банкротства аптечных предприятий, выполняющих социально важные функции / Авакян.
8. Бальжинов, А.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие /Бальжинов А.В., Михеева Е.В.-Улан-Удэ.- Изд-во Восточн.-Сибир. гос. технологич. ун-т, 2003.- 119с.
9. Банк, В.Р. Методология финансового анализа деятельности хозяйствующих субъектов /Банк В.Р., Банк С.В.// Аудитор. 2004. - № 7. - С. 29-37.

10. Барнгольц, С.Б. Методология экономического анализа деятельности хозяйствующего субъекта /Барнгольц С.Б., Мельник М.В.- М.: Финансы и статистика, 2003.- 240 с.

Модуль 4. Информационные технологии в деятельности аптечных организаций. Проект «Электронный рецепт»

Цель: скорректировать знания по внедрению информационных технологий в бизнес-процессы аптечных организаций

В ходе освоения профессионального модуля слушатель должен знать:

- различные виды кассовых модулей;
- систему электронного документооборота;
- использование в аптеке систем CRM и программа лояльности клиента;
- новые информационные технологии, используемые в торговом зале аптеки;
- особенности работы с электронными рецептами.

Уметь:

- объяснить сотруднику аптеки работу модулей на рабочем автоматизированном месте;
- внедрять в деятельность аптеки новые технологии
- объяснить сотруднику порядок работы с электронными рецептами

Темы/разделы:

- Компьютерное обеспечение: аппаратное и программное
- Базовая механика автоматизированного кассового модуля. Примеры кассовых модулей.
- Электронный документооборот в аптечной организации. СЭД. Основные требования, преимущества.
- Примеры систем электронного документооборота.
- Кадровое программное обеспечение. Примеры.
- CRM. Программы лояльности. Цели, преимущества
- Интернет (онлайн)
- Новые технологии на фармацевтическом рынке - уникальный сервис. Линия сбора лекарств, система электронной очереди, информационные киоски, мобильное приложение, измерительное оборудование и др.
- Особенности работы сотрудников аптек в рамках внедрения проекта «Электронный рецепт»

Вопросы для закрепления и коррекции знаний(пример):

1. Опишите базовую механику кассового модуля
2. Перечислите преимущества автоматизированного кассового модуля
3. Внедрен ли в деятельность вашей аптеки электронный документооборот?

4. Приведите пример системы кадрового учета, используемый для вашей аптечной сети/аптеки.

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

1. Чубарев В.Н. Фармацевтическая информация / под ред. А.П. Арзамасцева. М.: Вилар-М, 2000. 442 с.
2. Шаньгин В.Ф. Комплексная защита информации в корпоративных системах М.: Инфра-М, 2010. 592 с.
3. Лекарственные средства и современные информационные технологии. Аптека - online. URL: <http://www.apteka.ua/article/33239#>.
4. Грибунин В.Г., Чудовский В. В.. Комплексная система защиты информации на предприятии / В.Г. Грибунин. СПб.: Академия, 2009. 416 с.
5. Кашаев С.М. 1С:Предприятие 8.1. Разработка прикладных решений. М.: Вильямс, 2009. 368 с.
6. Мельников В.П., Клейменов С.А., Петраков А.М. Информационная безопасность и защита информации. Спб.: Академия, 2009. 336 с.
7. Паршукова Г.Б. Методика поиска профессиональной информации. М.: Профессия, 2009. 224 с.
8. Правовая информатика. Справочные правовые системы / С.Г. Чубукова [и др.]. М.: Издательство Московской государственной юридической академии, 2008. 256 с.
9. Рошин С. Как быстро найти нужную информацию в Интернете М.: ДМК Пресс, 2010. 144 с.
10. Ставская Н. Е. Методические подходы к совершенствованию деятельности аптечных учреждений на основе использования современных информационных технологий: автореф. дис. к. фарм. н. Ярославль, 2009. 22 с.

Модуль 5. Особенности выкладки ЛС и товаров аптечного ассортимента в рамках маркетинговой активности аптечных организаций

Цель: скорректировать знания по организации выкладки ЛС и товаров аптечного ассортимента в рамках маркетинговой активности аптечных организаций

В ходе освоения профессионального модуля слушатель должен знать:
- основные положения мерчандайзинга;

- правила «зонирования» торгового зала аптеки для последующего составления планограммы;
- порядок работы с ассортиментом, экономический анализ ассортимента, в зависимости от поставленных задач;
- правила размещения рекламной продукции в торговом зале аптеки;
- планирование реализации товара в рамках методов FIFO и LIFO.

Уметь:

- составлять планограммы;
- читать планограммы;
- производить расчеты для структурирования ассортимента в рамках экономического анализа.

Темы/разделы:

- Мерчандайзинг в аптеке. Задача. История возникновения мерчандайзинга.
- Три кита мерчандайзинга: ассортимент, обстановка в аптеке и взаимодействие с посетителем.
- Алгоритм «зонирования» аптеки
- Составление планограмм торгового зала, в зависимости от вида аптечной организации
- Работа с ассортиментом: поддержание, ABC- анализ, XYZ - анализ
- Методы FIFO и LIFO в аптеке
- Различные способы выкладки товара.
- Оформление ценников в торговом зале. Рекламные материалы.
- Типы размещения торгового оборудования

Вопросы для закрепления и коррекции знаний(пример):

1. Перечислите правила для «зонирования» торгового зала аптеки
2. Объясните различие составления планограммы в зависимости от вида аптечной организации
3. Приведите примеры поддержания рационального ассортимента в вашей аптеке
4. По какому из двух экономических методов вы осуществляете реализацию ассортимента в аптеке?

Самостоятельная работа № 1

Цель: структурировать полученные знания и научиться их применять на рабочем месте

1. Организация мерчандайзинга в аптеке должна осуществляться по четырем основным направлениям:

1) _____

- 2) _____
- 3) _____
- 4) _____

2. Для каждой группы товаров приведите по 5-10 примеров из ассортимента аптеки

3. Расположите рекламные материалы в аптеке по зонам, внесите их в таблицу.

Самостоятельная работа №2

Задание:

1. Необходимо провести анкетирование не менее чем 50 клиентов вашей аптеки (анкета разработана таким образом, что клиенты смогут заполнить ее самостоятельно)

2. Проанализировать полученные данные по каждому вопросу

3. Выслать на проверку итоговый результат анкетирования.

Цели проведения анкетирования:

1. Выявление потребительских предпочтений и факторов принятия решения.
2. Определение портрета покупателя аптеки
3. Определение основных источников информации покупателей о продукции.

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

1. Лазарева Е.Ю., Руцкой Д.А., Бахтина С.Ю. Фармтрафарет. Внутрикorporативные стандарты обслуживания клиентов. – Москва: ЭКСМО, 2021 – 256 с.
2. Экономика и организация фармации. Учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования. Изд-во Академия. 2016 г. 448 с.
3. И.В. Кравчук. Репетитор аптечных продаж. – Москва: ООО «Ритм», 2010. – 315 с.

Модуль 6. Правила фармконсультирования и фарминформирования при реализации товаров аптечного ассортимента. Стандарты обслуживания клиентов.

Цель: скорректировать знания по правилам фармконсультирования и фарминформирования, стандартам обслуживания клиентов при реализации товаров аптечного ассортимента.

В ходе освоения профессионального модуля слушатель должен знать:

- отличительные характеристики, влияющие на профессиональную деятельность фармацевтов и провизоров: профессиональные, социальные, психологические;
- взаимоотношения фармацевта и общества, фармацевта и врача, фармацевта с больным, фармацевта с фармацевтом;
- стандарты безопасности кассовой дисциплины;
- технику активных продаж. Допродажи.

Уметь:

- выстраивать отношения с коллективом, мед.работниками, поставщиками;
- контролировать проведение фармацевтической экспертизы рецепта;
- контролировать использование в процессе обслуживания клиента техники активных продаж, допродажи.

Темы/разделы:

- Отличительные характеристики, влияющие на профессиональную деятельность фармацевтов и провизоров
- Роль сотрудника в формировании имиджа компании.
- Этический кодекс фармацевтического работника России. Взаимоотношения фармацевта и общества, фармацевта и врача, фармацевта с больным, фармацевта с фармацевтом
- Стандарты внешнего вида фармацевтического работника, требования.
- Стандарты безопасности кассовой дисциплины.
- Стандарты общения с посетителем аптеки.
- Выяснение потребности клиента. Различные методы построения диалога.
- Презентация товара в рамках фармконсультирования/фарминформирования: свойства, преимущество, выгода покупки.
- Фармацевтическая экспертиза рецепта.
- Техника активных продаж. Допродажи.
- Завершение продажи. Завершение контакта.
- Стандарты поведения сотрудников при проверке в аптеке.

Самостоятельная работа №1

Цель: использование знаний по фармацевтической этике и деонтологии к профессиональным, жизненным ситуациям

1. Анализ ситуации, требующей Вашего вмешательства с учетом знаний по фармацевтической этики и деонтологии
2. Решение ситуационных задач.

Пример:

Задание:

Фармацевт не в состоянии решить проблему. В возникшей конфликтной ситуации для решения задачи (проблемы) следует привлечь высококвалифицированных специалистов и он обращается к Вам за помощью. Решите ситуацию профессионально.

№	Ситуация	Ваше решение
1	Больному со слабым слухом работник аптеки объясняет способ приема лекарств. С каждым разом все повышая голос, практически переходя на крик. Посетитель ни как не поймет, что ему говорят...	
2	Посетитель жалуется на плохое зрение и просит фармацевта подойти к витрине, где он не может прочитать ценник. У фармацевта очередь. Как быть?	

Самостоятельная работа № 2

Цель: закрепление знаний по взаимодействию с посетителем аптеки

1. Анализ диалога с посетителем в рамках профессионального общения/фармконсультирования в аптеке
2. Разработка правильного алгоритма построения диалога с клиентом

/Пример/

Задача – выявление и определение путей удовлетворения потребностей посетителей аптек.

Алгоритм:

- Перечислите основные вопросы, которые позволяют выявить потребности посетителей аптек

Самостоятельная работа №3- тренажер или диалоговый лабиринт

Цель: отработка навыка взаимодействия с клиентом.

Моделируя общение с клиентом специалист отрабатывает правильное профессиональное взаимодействие с учетом психотипа клиента.



Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

1. Е.В.Титова. Учебник аптечных продаж: аптека глазами психолога. – Москва: Издательство «Бионика», 2007. - 264 с.
2. Коноваленко, М.Ю. Психология общения: Учебник для СПО / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 468 с.
3. Аминов, И.И. Психология делового общения: Учебное пособие / И.И. Аминов. - М.: ЮНИТИ, 2013. - 287 с.
4. Деловое общение. Деловой этикет; Юнити-Дана - Москва, 2008. - 432
5. Кузнецов И. Н. Деловой этикет; Инфра-М - , 2011. - 352 с.
6. Лавриненко В. Н. Психология и этика делового общения; Юрайт - Москва, 2012. - 592 с.
7. Лаундес, Л. Как говорить с кем угодно и о чем угодно. Психология успешного общения. Технологии эффективных коммуникаций / Л. Лаундес. - М.: Добрая книга, 2016. - 384 с.
7. Макеев, В.А. Психология делового общения. Имидж и нормы этикета / В.А. Макеев. - М.: КД Либроком, 2015. - 272 с.
8. Введенская Л.А., Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. Русский язык. Культура речи. Деловое общение. - М.: КноРус, 2013. - 424 с.
9. Жернакова М.Б., Румянцева И.А. Деловые коммуникации. Теория и практика. - М.: Юрайт, 2014. - 384 с.
10. Коваленко М.Ю., Коваленко В.А. Деловые коммуникации. - М.: Юрайт, 2013. - 480 с.
11. Медведева Г.П. Деловая культура. - М.: Академия, 2011. - 272 с.
12. Самохвалова А.Г. Деловое общение. Секреты эффективных коммуникаций. - М.: Речь, 2012. - 336 с.

13. Шеламова Г.М. Основы культуры профессионального общения. - М.: Академия, 2012. - 160 с.
14. Джанелл Барлоу, Клаус Мёллер. Жалоба-это подарок.: Олимп-бизнес, 2017.- 327 с.

Модуль 7. Менеджмент в бизнес-процессах аптечных организаций

Цель: скорректировать знания по внедрению в бизнес-процессы аптечной организации различных методик майнд- и тайм-менеджмента, для их оптимизации.

В ходе освоения профессионального модуля слушатель должен знать:

- алгоритм построения интеллект-карт;
- как применять интеллект-карты в аптеке;
- лучшие методы тайм-менеджмента;
- возможность применения тайм-менеджмента в аптеке.

Уметь:

- помогать в разработке личной карты продаж;
- определять наиболее подходящие методы тайм-менеджмента;
- проводить анализ внедряемых элементов в бизнес-процессы аптеки.

Темы/разделы:

- Майнд-менеджмент: области применения, интеллект-карты, их преимущество.
- Алгоритм построения интеллект-карты.
- Использование интеллект-карт в аптеке: составление личной карты продаж, ежемесячного плана продаж, изучение новых требований
- Отечественная школа майнд-менеджмента. Виктор Федорович Шаталов.
- Как управлять временем? Тайм –менеджмент
- Принципы тайм-менеджмента. Лучшие методы тайм-менеджмента.
- Матрица Эзенхауэра.
- Тайм- менеджмент по хронотипу
- Внедрение тайм-менеджмента в деятельность аптечной организации. SWOT- анализ.

Самостоятельная работа

Цель - использование знаний и превращение их в навыки составления интеллект-карт и применения методов тайм-менеджмента.

1. Анализ составления личной карты продаж

2. Анализ использования тайм-менеджмента в аптеке

Пример:

Задание №2. Заполните таблицу. Приведите примеры возможных потерь при реализации товара в аптечной организации.

Ваши действия	Возможные потери	Алгоритм поведения
Услышала один препарат и поспешила за ним. Потом за вторым Потом со списком...		Не надо торопиться. Сначала важно выявить полную потребность клиента
Товар пришел, но не разобран. Клиенту сообщают, что надо его искать, это займет время. Или просят придти через часа.		Клиента не интересуют проблемы аптеки. Необходимо максимально совмещать время оприходования товара с его распределением по местам хранения.
При отпуске ЛП по МНН не посмотрела группу хранения или торговое название		Убедиться в наличии товара в кассовом модуле и только после этого начать поиск товара в местах хранения

Задание №3. Составьте SWOT анализ своей аптечной сети/аптеки.

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

1. Экономика и организация фармации. Учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования. Изд-во Академия. 2016 г. 448 с.
2. Тео Комперноле, «Освободи мозг: Что делать, когда слишком много дел»
3. Девид Андерсон, «Канбан. Альтернативный путь в Agile».
4. Максим Дорофеев, «Джедайские техники».
5. Марк Форстер «Сделай это завтра».
6. Майкл Бреус «Всегда вовремя».

Модуль 8. Фармацевтическая этика и деонтология в рамках делового профессионального общения

Цель: скорректировать знания по психологии делового общения, классификации типов клиентов с учетом их поведенческих настроений, технике рефрейминга.

В ходе освоения профессионального модуля слушатель должен знать:

- особенности делового профессионального общения. Ведение переговоров;
- психологию делового общения;
- классификацию типов клиентов с учетом их поведенческих настроений;

- технику работы с возражениями клиентов аптеки с учетом этического кодекса фармацевта.

Уметь:

- проводить деловые переговоры с поставщиками, дистрибьюторами;
- контролировать работу по технике отработки возражений сотрудниками при работе с клиентами.

Темы/разделы:

- Основы, функции и виды делового общения
- Особенности делового профессионального общения. Ведение переговоров.
- Психология делового общения: управление собственным состоянием, инструменты влияния.
- Классификация типов клиентов с учетом их поведенческих настроений.
- Конфликтология. Техника работы с возражениями: рефрейминг.
- Профессиональная этика и деонтология. Этический кодекс фармацевта.

Вопросы для самоконтроля:

1. Перечислите основные составляющие успешных переговоров
2. Перечислите инструменты влияния на оппонента
3. Перечислите типы клиента, наиболее часто встречающиеся в аптеке и представленные в курсе
4. Перечислите методики и приемы работы с возражениями, изученные в данном курсе

Самостоятельная работа

Цель - использование знаний по фармацевтической этике и деонтологии, применительно к жизненным ситуациям

1. Решение ситуационных задач.

Пример:

№	Профессиональная ситуация	Ответ первостольника	Дополнительные комментарии
1	Мужчина в аптеке, обращается к сотруднику: «Я вижу Вы все цветете, хорошеете с каждым днем. Я проходил мимо, дай, думаю, зайду. Дайте мне лекарство от всех болезней...»		

2. Задание на умение применять технику работы с возражениями и употреблять частицу «Зато...»

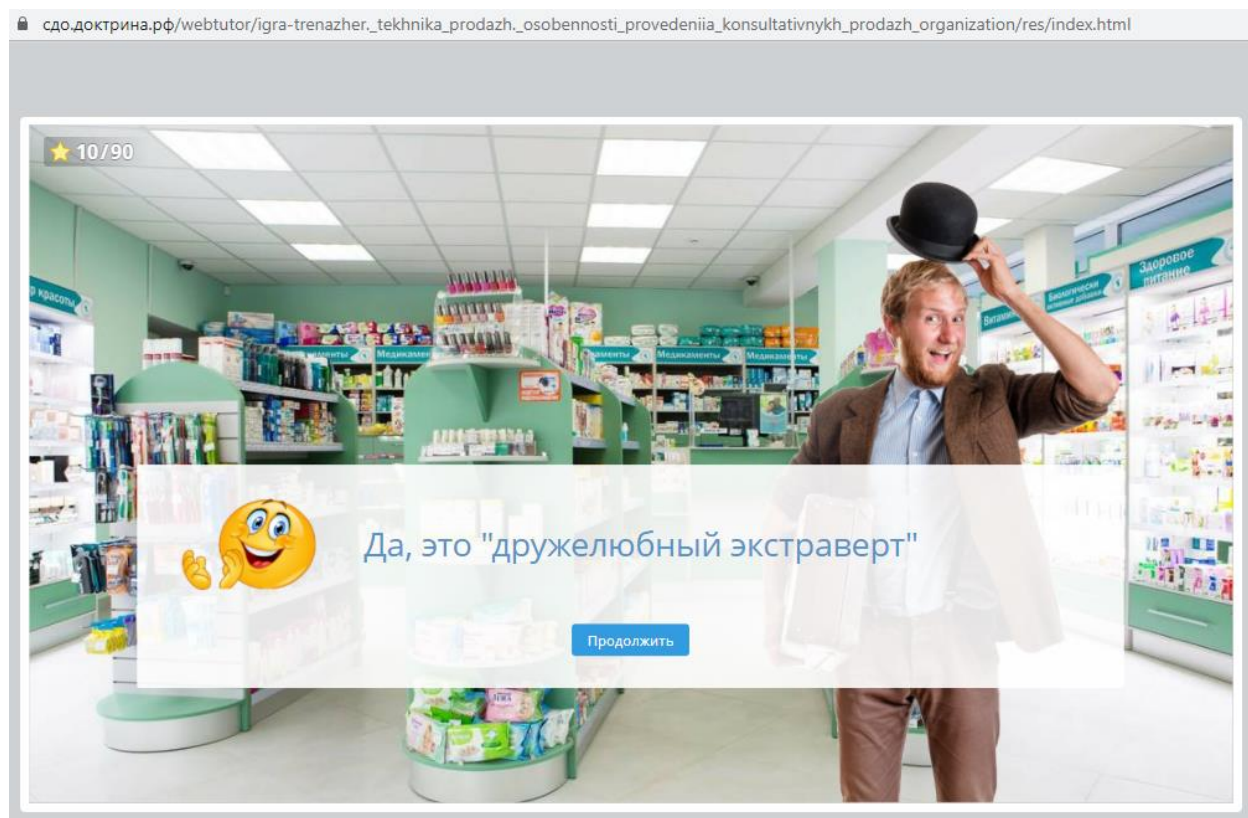
Продолжите фразу. (Ответ должен начинаться со слова "Зато..." и указывать на ситуацию, случай, свойство, преимущество, которые будут очень нужны и полезны)

№	Возражение	Работа с возражением
	Я слишком много времени трачу на инструктаж коллег	ЗАТО _____

Самостоятельная работа №2- тренажер или диалоговый лабиринт

Цель: отработка навыка взаимодействия с клиентом.

Моделируя общение с клиентом специалист отрабатывает правильное профессиональное взаимодействие с учетом психотипа клиента.



Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

1. Е.В.Титова. Учебник аптечных продаж: аптека глазами психолога. – Москва: Издательство «Бионика», 2007. - 264 с.
2. И.В. Кравчук. Репетитор аптечных продаж. – Москва: ООО «Ритм», 2010. – 315 с.
3. Беквит Г. Что любят клиенты. – М.: ЮНИТИ, 2004.
4. Емельянов С.М. Практикум по конфликтологии. – СПб.: ПИТЕР,2000.
5. Статт Д. Психология потребителя. – СПб.:Питер,2003.
6. Шеелен Франк М. Психология продаж. – М.: Интерэксперт,2003.

Модуль 9. Правила поведения сотрудников при нестандартных ситуациях в аптеке

Цель: скорректировать знания по действию персонала при возникновении нестандартных ситуаций в аптеке

В ходе освоения профессионального модуля слушатель должен знать:

- основные действия персонала при необходимости оказания доврачебной помощи;
- основные действия сотрудников при получении травмы/скоропостижной смерти сотрудником или клиентом;
- основные действия сотрудников при возникновении ЧС в аптеке и при возникновении стихийных бедствий.

Уметь:

- производить действия при нестандартных ситуациях в аптеке;
- контролировать поведение сотрудников, в случае нестандартных ситуаций в аптеке.

Темы/разделы:

- Алгоритм действия персонала при необходимости оказания доврачебной помощи
- Алгоритм действия сотрудников при получении травмы/скоропостижной смерти сотрудником или клиентом
- Алгоритм действия сотрудников при возникновении ЧС в аптеке и при возникновении стихийных бедствий.

Вопросы для самоконтроля(пример):

1. Назовите единый номер телефона большинства стран мира, по которому необходимо звонить в экстренных случаях:

- А) 01
- Б) 112
- В) 03
- Г) 104

2. Укажите верные утверждения (несколько вариантов ответа):

- А) Фармацевтический работник обязан оказать пострадавшему первую доврачебную медицинскую помощь в соответствии с Приказом № 80 МЗ РФ от 04.03.2003г
- Б) Оказание первой доврачебной медицинской помощи пострадавшему является правом, но не обязанностью фармацевтического работника
- В) Сотрудник аптеки НЕ несет ответственность за побочные действия лекарств, которые он дал пострадавшему
- Г) Возможно использовать лекарственные средства, имеющиеся у пострадавшего

3. Выберите действие, которое необходимо предпринять в первую очередь при обнаружении пожара в помещении аптеки:

А) Сообщить в офис организации

Б) Открыть окна и двери, обеспечить проветривание помещения

В) Вызвать пожарную охрану по номеру 01, 101 или 112

Г) Не поднимать тревогу! В одиночку постараться справиться с огнем

4. Назовите действия, которые необходимо предпринять при нападении на аптеку, совершении кражи (несколько вариантов ответа):

А) Воспользоваться тревожной кнопкой

Б) Запоминать характерные приметы нападавших

В) Занять наиболее безопасную позицию и не предпринимать никаких мер

Г) Принять возможные меры по прекращению передвижения в помещениях работников и клиентов, блокировать входы и выходы

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

1. Лазарева Е.Ю., Руцкой Д.А., Бахтина С.Ю. Фармтрафарет. Внутрикorporативные стандарты обслуживания клиентов. – Москва: ЭКСМО, 2021 – 256 с.

2. Федеральный закон от 21.11.2011 г. (ред. От 22.12.2020) №323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации»

3. Федеральный закон от 07.02. 1992 (ред. От 01.05.2017) № 88-ФЗ «О защите прав потребителей»

4. Структура программы

4.1. Программа предусматривает изучение:

- учебных циклов: профессионального

- разделов: итоговая аттестация.

В ходе освоения профессионального цикла слушатель должен знать:

- правила обеспечения системы качества ЛС и товаров аптечного ассортимента;

- особенности фармацевтического маркетинга, направленного на продвижение товаров и услуг;

- особенности взаимодействия аптек и производителей в рамках требований нормативного регулирования фармацевтической деятельности;

- экономические аспекты деятельности аптечных учреждений с учетом современных информационных технологий и в соответствии с действующей нормативной базой;
- порядок внедрения проекта "Электронный рецепт» в работу аптечных организаций;
- значение майнд-менеджмента и тайм-менеджмента в работе аптечной организации;
- правила делового профессионального общения;
- стандарты обслуживания клиентов;
- правила поведения сотрудников при нестандартных ситуациях в аптеке.

Уметь:

- организовать процесс обеспечения системы качества ЛС и товаров аптечного ассортимента;
- использовать в своей работе знания по фармацевтическому маркетингу;
- осуществлять взаимодействие с представителями производителей и дистрибьюторов в рамках требований нормативного регулирования;
- анализировать экономические аспекты деятельности аптечного учреждения с целью минимизации издержек обращения аптечного учреждения;
- осуществить отпуск лекарственных препаратов, выписанных электронно;
- применять в своей работе майнд- и тайм – менеджмент с целью оптимизации бизнес-процессов;
- проводить профессиональное консультирование клиентов аптечного учреждения для осуществления обеспечения лекарственными средствами и товарами аптечного ассортимента;
- соблюдать требования законодательства Российской Федерации и мерчандайзинга при оформлении торгового зала;
- вовремя и правильно отреагировать при возникновении непредвиденной ситуации в аптеке.

5. Требования к условиям реализации программы

5.1. Реализация программы обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля) и опыт деятельности в организации соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели получают дополнительное образование по программам повышения квалификации.

5.2. Реализация программы осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

5.3. Реализация программы осуществляется с применением дистанционных образовательных технологий. Слушателям предоставляется доступ к учебному порталу и учебному кейсу с любого гаджета, из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

5.4. Электронный учебный кейс включает в себя теоретический блок, который состоит из 9 модулей, практикум удаленного доступа и блок контрольных материалов для закрепления полученных знаний. Теоретическая часть кейса представлена презентациями, микроленингами, видеороликами, подкастами. Практическая составляющая часть представлена ситуационными задачами, интерактивными тестами, тренажерами продаж, материалами для самостоятельной работы (разработка алгоритмов, терапевтических цепочек и т.д.). Блок контрольных материалов представлен тестовыми заданиями. Все материалы кейса размещены в системе дистанционного образования (СДО) на портале: <http://доктрина.рф/>, доступ к ним осуществляется по индивидуальному логину и паролю.

5.5. Система дистанционного образования обеспечивает:

- индивидуальный доступ к электронной библиотеке и электронному учебному кейсу
- просмотр ошибок допущенных при выполнении кейсов
- фиксацию хода образовательного процесса, результатов итоговой аттестации (выгрузка из системы дистанционного образования)
- возможность анализа коэффициента заинтересованности, успешности и эффективности слушателя.

6. Требования к результатам освоения программы

6.1. Оценка качества освоения программы включает фиксацию хода образовательного процесса (формирование текущей выгрузки из СДО) и итоговую аттестацию слушателей.

6.2. Слушатель освоивший программу, должен обладать профессиональными компетенциями:

- готовностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности с использованием информационных, библиографических ресурсов, медико-биологической и фармацевтической терминологии, информационно-коммуникационных технологий и учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);
- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-2);
- способностью использовать основы экономических и правовых знаний в профессиональной деятельности (ОПК-3);
- способностью и готовностью реализовать этические и деонтологические принципы в профессиональной деятельности (ОПК-4);
- способностью и готовностью анализировать результаты собственной деятельности для предотвращения профессиональных ошибок (ОПК-5);
- готовностью к ведению документации, предусмотренной в сфере обращения лекарственных средств (ОПК-6);
- продажи и установленным законодательством порядком передачи лекарственных средств (ПК-4);
- готовностью к своевременному выявлению фальсифицированных, недоброкачественных и контрафактных лекарственных средств (ПК-8);
- способностью к оказанию консультативной помощи медицинским работникам и потребителям лекарственных препаратов в соответствии с инструкцией по применению лекарственного препарата (ПК-13);
- готовностью к проведению информационно-просветительской работы по пропаганде здорового образа жизни и безопасности жизнедеятельности (ПК-14);
- способностью к применению основных принципов управления в фармацевтической отрасли, в том числе в фармацевтических организациях и их структурных подразделениях (ПК-15);
- способностью к участию в организации деятельности фармацевтических организаций (ПК-16);

6.3. Соответствие трудовых функций и профессиональных компетенций

6.3.1. Соответствие трудовых функций и профессиональных компетенций по профессиональному стандарту «Фармацевт»

Трудовые функции	код	Профессиональные компетенции
------------------	-----	------------------------------

Подготовка помещений фармацевтической организации для осуществления фармацевтической деятельности	A/01.5	ПК 1.4. Участвовать в оформлении торгового зала. ПК 1.6. Соблюдать правила санитарно-гигиенического режима, охраны труда, техники безопасности и противопожарной безопасности.
Фармацевтическое консультирование	A/02.5	ПК 1.5. Информировать население, медицинских работников учреждений здравоохранения о товарах аптечного ассортимента.
Розничная торговля лекарственными препаратами и отпуск лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента	A/03.5	ПК 3.1. Анализировать спрос на товары аптечного ассортимента. ПК 3.2. Организовывать работу структурных подразделений аптеки и осуществлять руководство аптечной организацией. ПК 3.3. Оформлять заявки поставщикам на товары аптечного ассортимента. ПК 3.4. Участвовать в формировании ценовой политики. ПК 3.5. Участвовать в организации оптовой торговли.
Оформление документации по учету реализации лекарственных препаратов	A/04.5	ПК 3.6. Оформлять первичную учетно-отчетную документацию.
Хранение лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента в фармацевтических организациях	A/06.5	ПК 1.1. Организовывать прием, хранение лекарственных средств, лекарственного растительного сырья и товаров аптечного ассортимента в соответствии с требованиями нормативно-правовой базы.

6.4. Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости, фонды оценочных средств для итоговой аттестации разрабатываются преподавателем и утверждаются директором АНОО ДПО «Учебный центр «Доктрина».

6.5. К итоговой аттестации допускаются слушатели, в полном объеме выполнившие учебный план по данной программе.

6.6. Итоговая аттестация проводится в виде контрольных тестов с представленными в дистанционной форме профессиональными задачами.

6.7. Банк контролирующих материалов представлен 120 тестовыми заданиями разного уровня сложности, в т.ч. представленными в геймифицированном (игровом) формате, что позволяет формировать для каждого слушателя интересный и индивидуальный набор аттестационных материалов в формате 100 тестовых заданий.

7. Фонды оценочных средств

7.1. Контрольный тест состоит из 100 закрытых вопросов различной сложности, в т.ч. с профессиональными ситуациями. Минимальная доля правильных ответов, обеспечивающая прохождение тестирования, составляет 80%.

Примеры фонда оценочных средств:

1. Матрица Эйзенхауэра позволяет расставить приоритеты, оценив все задачи по двум критериям:

- а) срочность и регулярность
- б) гибкость и жесткость
- в) важность и срочность

2. Показателем для хронометража может быть:

- а) только одна цель стратегического уровня
- б) главная цель жизни
- в) любая цель

3. Каким образом возможно осуществить отпуск лекарственного средства по электронному рецепту?

По номеру телефона пациента

По номеру СНИЛС пациента

Отсканировать QR-код в мобильном приложении

4. Исторической предпосылкой возникновения маркетинга является:

- кризис сбыта
- расширение товарного ассортимента
- развитие производства

5. Округление цен относится к:
- стратегиям роста прибыли
 - методам ценообразования
 - стратегическим приемам ценообразования

8. Информационное обеспечение

Основная литература

1. Федеральный закон от 12.04.2010 г. (ред. От 22.12.2020) N 61-ФЗ "Об обращении лекарственных средств»
2. Федеральный закон от 21.11.2011 г. (ред. От 22.12.2020) №323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации»
3. Федеральный закон от 07.02. 1992 (ред. От 01.05.2017) № 88-ФЗ «О защите прав потребителей»
4. Проект Федерального закона N 1093620-6 "О внесении изменений в Кодекс РФ об административных правонарушениях»
5. Кодекс РФ об административных правонарушениях
6. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе"
7. Федеральный закон от 31 июля 2020 г. N 247-ФЗ «Об обязательных требованиях в Российской Федерации».
8. Федеральный закон №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации»
9. Федеральный закон № 294-ФЗ от 26.12.2008 г. «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля(надзора) и муниципального надзора»
10. Федеральный закон № 258-ФЗ от 29.12.2006 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в связи с совершенствованием разграничения полномочий»
- 11.Федеральный закон от 26.03.2020 г. «О внесении изменений в статью 60 Федерального закона "Об обращении лекарственных средств" и статью 38 Федерального закона "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации»
- 12.Проект Федерального закона N 1093620-6 "О внесении изменений в Кодекс РФ об административных правонарушениях»
- 13.ПП РФ от 30 ноября 2015 г. № 1289 «Об ограничениях и условиях допуска происходящих из иностранных государств лекарственных препаратов, включенных в перечень ЖНВЛП, для целей осуществления закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд»
14. Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 г.№ 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли – продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном

предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства РФ»

15. Приказ Минздравсоцразвития РФ от 12 апреля 2011 г. N 302н «Об утверждении перечней вредных и (или) опасных производственных факторов и работ, при выполнении которых проводятся обязательные предварительные и периодические медицинские осмотры (обследования), и Порядка проведения обязательных предварительных и периодических медицинских осмотров (обследований) работников, занятых на тяжелых работах и на работах с вредными и (или) опасными условиями труда»

16. Постановление Правительства РФ от 29 октября 2010 г. N 865 «О государственном регулировании цен на лекарственные препараты, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов»

17. Постановление Правительства РФ от 22 декабря 2011 г. N 1081 «О лицензировании фармацевтической деятельности»

18. Приказ Минздрава РФ от 14 января 2019 г. N 4н «Об утверждении порядка назначения лекарственных препаратов, форм рецептурных бланков на лекарственные препараты, порядка оформления указанных бланков, их учета и хранения»

19. Приказ Минздравсоцразвития РФ от 17 мая 2012 г. N 562н «Об утверждении Порядка отпуска физическим лицам лекарственных препаратов для медицинского применения, содержащих кроме малых количеств наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров другие фармакологические активные вещества»

20. Приказ Минздрава РФ от 26 октября 2015 г. N 751н «Об утверждении правил изготовления и отпуска лекарственных препаратов для медицинского применения аптечными организациями, индивидуальными предпринимателями, имеющими лицензию на фармацевтическую деятельность»

21. Приказ Минздрава РФ от 31 августа 2016 г. N 646н «Об утверждении Правил надлежащей практики хранения и перевозки лекарственных препаратов для медицинского применения»

22. Приказ Минздрава РФ от 31 августа 2016 г. N 647н «Об утверждении Правил надлежащей аптечной практики лекарственных препаратов для медицинского применения»

23. Приказ Минздравсоцразвития РФ от 23 августа 2010 г. N 706н «Об утверждении Правил хранения лекарственных средств»

24. Уголовно-процессуальный кодекс РФ от 18.12.2001 № 174-ФЗ

25. Официальный сайт фонда фармацевтической информации: [сайт] URL: [http:// www.drugreg.ru](http://www.drugreg.ru).
26. Официальная интернет версия Реестра лекарственных средств: [сайт] URL: <http://www.rlsnet.ru>.
27. Официальный сайт Министерства здравоохранения Российской Федерации: [сайт] URL:- [http://www. minzdrav.ru](http://www.minzdrav.ru).
28. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения: [сайт] URL:- <http://www.roszdravnadzor.ru>.
29. Сайт информационно-правовой компании «Гарант»: [сайт] URL: <http://www.garant.ru>.
30. Сайт информационно-правовой компании Консультант Плюс: [сайт] URL:- <http://www.consultant.tu>.

Дополнительная литература

1. Настольная книга фармацевтического работника / Т.А. Полинская, О.В. Баранова. Ростов н/Д: Феникс, 2005. – 528 с.
2. Омарова Т.Ю., Брусин А.В. Ценовая чувствительность покупателей на рынке ЛС // Российские аптеки. 2007, №12.
3. Коноваленко, М.Ю. Психология общения: Учебник для СПО / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 468 с.
4. Аминов, И.И. Психология делового общения: Учебное пособие / И.И. Аминов. - М.: ЮНИТИ, 2013. - 287 с.
5. Деловое общение. Деловой этикет; Юнити-Дана - Москва, 2008. - 432
6. Кузнецов И. Н. Деловой этикет; Инфра-М - , 2011. - 352 с.
7. Лавриненко В. Н. Психология и этика делового общения; Юрайт - Москва, 2012. - 592 с.
8. Лаундес, Л. Как говорить с кем угодно и о чем угодно. Психология успешного общения. Технологии эффективных коммуникаций / Л. Лаундес. - М.: Добрая книга, 2016. - 384 с.
7. Макеев, В.А. Психология делового общения. Имидж и нормы этикета / В.А. Макеев. - М.: КД Либроком, 2015. - 272 с.
9. Введенская Л.А., Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. Русский язык. Культура речи. Деловое общение. - М.: КноРус, 2013. - 424 с.
10. Жернакова М.Б., Румянцева И.А. Деловые коммуникации. Теория и практика. - М.: Юрайт, 2014. - 384 с.
11. Коваленко М.Ю., Коваленко В.А. Деловые коммуникации. - М.: Юрайт, 2013. - 480 с.
12. Медведева Г.П. Деловая культура. - М.: Академия, 2011. - 272 с.
13. Самохвалова А.Г. Деловое общение. Секреты эффективных коммуникаций. - М.: Речь, 2012. - 336 с.
14. Шеламова Г.М. Основы культуры профессионального общения. - М.: Академия, 2012. - 160 с.

15. Джанелл Барлоу, Клаус Мёллер. Жалоба-это подарок.:Олимп-бизнес, 2017.- 327 с.
16. Александрова Е.И., Бейлин М.К. 1С: Бухгалтерия 8.1 с нуля! М.: Лучшие Книги, 2008. 272 с.
17. Васькова Л.Б., Мусина Н.З. Методы и методики фармакоэкономических исследований: пособие. М.: ГЭОТАР-Медиа, 2007.
18. Грибунин В.Г., Чудовский В. В. Комплексная система защиты информации на предприятии / В.Г. Грибунин. СПб.: Академия, 2009. 416 с.
19. Кашаев С.М. 1С:Предприятие 8.1. Разработка прикладных решений. М.: Вильямс, 2009. 368 с.
20. Мельников В.П., Клейменов С.А., Петраков А.М. Информационная безопасность и защита информации. СПб.: Академия, 2009. 336 с.
21. Паршукова Г.Б. Методика поиска профессиональной информации. М.: Профессия, 2009. 224 с.
22. Правовая информатика. Справочные правовые системы / С.Г. Чубукова [и др.]. М.: Издательство Московской государственной юридической академии, 2008. 256 с.
23. Рощин С. Как быстро найти нужную информацию в Интернете М.: ДМК Пресс, 2010. 144 с.
24. Ставская Н. Е. Методические подходы к совершенствованию деятельности аптечных учреждений на основе использования современных информационных технологий: автореф. дис. ... к. фарм. н. Ярославль, 2009. 22 с.
25. Управление и экономика фармации: Фармацевтический менеджмент и маркетинг / Под ред. Е.Е. Лоскутовой. М.: ИЦ «Академия», 2008. 416 с.
26. Чубарев В.Н. Фармацевтическая информация / под ред. А.П. Арзамасцева. М.: Вилар-М, 2000. 442 с.
27. Шаньгин В.Ф. Комплексная защита информации в корпоративных системах М.: Инфра-М, 2010. 592 с.
28. Лекарственные средства и современные информационные технологии. Аптека - online. URL: <http://www.apteka.ua/article/33239#>.
29. Лазарева Е.Ю., Руцкой Д.А., Бахтина С.Ю. Фармтрафарет. Внутрикорпоративные стандарты обслуживания клиентов. – Москва: ЭКСМО, 2021 – 256 с.
30. Сайт нормативно-справочного издания «Новая аптека»: [сайт] URL: <http://www.nov-ap.ru>.

31. Управление и экономика фармации для студентов медицинских институтов: [сайт] URL: [http:// www.ozon.ru/context/detail/ id/3794519](http://www.ozon.ru/context/detail/id/3794519).
32. Электронная версия научно-практического журнала «Фармация и фармакология», 1 (1) сентябрь - октябрь, 2013: URL: <http://www.pmedpharm.ru/content/documents/2fb03df24891fc19bd672021d306d95e.pdf>.
33. Электронная версия справочника «Видаль»: [сайт] URL:-<http://www.vidal.ru>.
34. Электронная версия газеты «Фармацевтический вестник»: [сайт] URL: <http://www.pharmvestnik.ru>.
35. Электронная версия медицинского журнала «Фарматека»: [сайт] URL: <http://www.pharmateca.ru>.
36. Экономика и организация фармации. Учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования. Изд-во Академия. 2016 г. 448 с.
37. Авакян М.Э. Основные положения управленческого учета, используемые в аптечных предприятиях/ М.Э. Авакян// Молодежная наука и современность: тр. 75 Всерос. науч. конф. студентов и молодых ученых с междунар. участием.- Курск, 2010.- С. 240.
38. Авакян, М.Э. Отдельные моменты диагностики банкротства аптечных предприятий, выполняющих социально важные функции / Авакян.
39. Бальжинов, А.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие /Бальжинов А.В., Михеева Е.В.-Улан-Удэ.- Изд-во Восточн.-Сибир. гос. технологич. ун-т, 2003.- 119с.
40. Банк, В.Р. Методология финансового анализа деятельности хозяйствующих субъектов /Банк В.Р., Банк С.В.// Аудитор. 2004. - № 7. - С. 29-37.
41. Барнгольц, С.Б. Методология экономического анализа деятельности хозяйствующего субъекта /Барнгольц С.Б., Мельник М.В.- М.: Финансы и статистика, 2003.- 240 с.
42. Е.В.Титова. Учебник аптечных продаж: аптека глазами психолога. – Москва: Издательство «Бионика», 2007. - 264 с.
43. И.В. Кравчук. Репетитор аптечных продаж. – Москва: ООО «Ритм», 2010. – 315 с.
44. Беквит Г. Что любят клиенты. – М.: ЮНИТИ, 2004.

45. Емельянов С.М. Практикум по конфликтологии. – СПб.: ПИТЕР,2000.
- 46.Статт Д. Психология потребителя. – СПб.:Питер,2003.
47. Шеелен Франк М. Психология продаж. – М.: Интерэксперт,2003.
- 48.Тео Компернолле, «Освободи мозг: Что делать, когда слишком много дел». – Альпина Пабlishер, 2019. – 127 с.
49. Дэвид Андерсон, «Канбан. Альтернативный путь в Agile».
- 50.Максим Дорофеев, «Джедайские техники».- Манн, Иванов и Фербер, 2020 г.- 368 с.
- 51.Марк Форстер, «Сделай это завтра».- Издательская студия Поле.
- 52.Майкл Бреус, «Всегда вовремя». - Манн, Иванов и Фербер.