Медицинский колледж при АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»

Силлабус

Дисциплина: «Организация и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга»
Специальность: 09160100 – «Фармация»
Квалификация: 4S09160101 – «Фармацевт»

Курс: 3
Семестр: 5
Форма контроля: Экзамен
Общая трудоемкость часов / кредитов KZ – 168/7
Аудиторные занятия: 48
Учебная практика / Симуляция: 120

г. Шымкент, 2025

Силлабус по дисциплине «Организация и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга» составлен преподавателями:

Кабылбекова Т.Ж.
Кошанова Н.М.

На основании и рекомендации учебного плана по специальности: 09160100 – «Фармация».

Рассмотрен и рекомендован на заседании кафедры «Фармацевтические дисциплины».
от «22» 08 2025г. протокол № 1
Зав. кафедрой «Фармацевтические дисциплины» _____ Ботабаева Р.Е.

Рассмотрен на заседании ПЦК «Фармацевтические дисциплины».
от «27» 08 2025г. протокол № 1
Председатель ПЦК _____ Ботабаева Р.Е.

Одобрен на заседании Методического Совета медицинского колледжа при АО « ЮКМА».
от «27» 08 2025г., протокол № 1
Председатель Методического Совета _____ Мамбеталиева Г.О.

Сведения о преподавателях

№ п/п	Ф.И.О.	Ученая степень	Должность	Курс, который читает	Электронный адрес
1.	Ботабаева Рауан Еркебаевна	Доктор PhD	Заведующая кафедрой	1. История фармации; 2. Безопасность и качество в фармации; 3. Основы психологии и коммуникативные навыки в фармации; 4. Информационные технологии в фармации; 5. Организация и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга; 6. Фармацевтическое и медицинское товароведение.	rauana.ex@mail.ru
2.	Кабылбекова Тамара-Ханум Жайлауовна	-	Преподаватель		-
3	Кошанова Нургайша Махкамовна	-	Преподаватель		nurgaiwa90@mail.ru
4	Өмірәлі Мұрат Әдіханұлы	Фарм.ғ.к.	Преподаватель	1. Ботаника; 2. Фармакогнозия.	Murat.Omiraliev@mail.ru
5	Қадишаева Жузимкуль Ақбалаевна	-	Магистр, Преподаватель		Zhuzimk@mail.ru
6	Тобагабылова Гульзира Нурмантаевна	-	Магистр, Преподаватель	1. Технология лекарственных форм. 2. Специальная технология.	g_tobagabylova@mail.ru
7	Турдыбаева Айжамал Нуртасовна	-	Преподаватель	1. Фармацевтическая химия.	turdybaeva94@mail.ru
8	Фазылова Дина Қайратқызы	-	Магистр, Преподаватель	1. Фармакология, фармакотерапия; 2. Фармакология;	dina.fazylova@bk.ru

9	Турсубекова Багила Изтелеуовна	-	Магистр, Преподаватель	3. Фармакология, фармакотерапия и медицинская калькуляция.	bagila2602@mail.ru
10	Тойшиева Ботагоз Тойшиевна	-	Магистр, Преподаватель		toishiyeva@mail.ru
11	Оңғарбек Қосай Ерғалиұлы	-	Преподаватель		Farm_kosai@mail.ru
12	Қуандық Әнуар Талапұлы	-	Преподаватель		anuar.kuandyk@bk.ru
13	Алматова Райхан Сериковна	-	Преподаватель		almatova.raikhan@gmail.com
14	Кошкинбаева Қымбат Маратқызы	-	Магистр, Преподаватель	1. Химия; 2. Неорганическая химия; 3. Органическая химия; 4. Аналитическая химия.	qymbat1996@mail.ru
15	Тауасарова Думан Ертугановна	-	Магистр, Преподаватель		duman.nbb@gmail.com

3.1. Введение:

Организация и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга – дисциплина, которая формирует профессиональные знания, умения и навыки специалиста, работающего на фармацевтическом рынке. Предметом изучения дисциплины являются субъекты обращения лекарственных средств, осуществляющие фармацевтическую деятельность, хозяйственные связи между ними и внешней средой, а также объекты, явления и процессы, составляющие основу их деятельности на фармацевтическом рынке. Особенностью современного этапа экономической жизни Казахстана является укрепление и развитие рыночных отношений, формирование стабильного, эффективного рыночного хозяйства.

Результаты деятельности фармацевтических предприятий в условиях рыночной экономики во многом определяются уровнем использования основ менеджмента и маркетинга.

3.2. Политика дисциплины:

№	Требования к студентам	Штрафные санкции при невыполнении требований
1.	Не допускается пропуск занятий без уважительной причины.	При пропуске практического занятия без уважительной причины ставится Нб.
2	Своевременно отрабатывать пропущенные занятия по уважительной причине.	Отработка пропущенного занятия по уважительной причине проводится только с разрешения деканата (отработочный лист).
3	Посещение занятий и лекций вовремя.	При опоздании студент более 5 минут недопускается к занятию. В учебном журнале и лекционном журнале выставляется нб.
4	У студента должен быть соответствующий вид (халат, колпак, сменная обувь и т.д.).	При несоответствующем виде студент не допускается к занятию или лекции, в учебном журнале или лекционном журнале выставляется нб.
5	Студент должен с уважением относиться к преподавателям и своим однокурсникам.	При неуважительном поведении студента, проводится обсуждение данного поведения студента на кафедральном собрании, сообщается об этом в деканат и родителям.
6	Бережное отношение студентов к имуществу кафедры.	При уничтожении имущества кафедры, студент своими силами восстанавливает имущество.

1.3. Цель модуля / дисциплины:

Формирование знаний, умений и навыков в области организации и экономики фармации с основами менеджмента и маркетинга для оказания качественной фармацевтической помощи населению и лечебно-профилактическим организациям.

1.4. Задачи дисциплины / модуля:

- ознакомить с основными принципами организации лекарственного обеспечения населения, элементами организации и процесса управления в фармацевтических организациях и предприятиях;
- сформировать знания по основам экономики фармации и особенностях потребительского поведения на фармацевтическом рынке;
- ознакомить с порядком ценообразования и формированием ценовой политики фармацевтической организации;
- освоить методы экономического анализа;
- научить проводить анализ основных экономических показателей деятельности фармацевтических организаций;
- научить прогнозировать основные показатели финансово-экономической деятельности фармацевтических организаций (планирование объема реализации товаров, нормирование товарных запасов, прогнозирование затрат и прибыли);
- сформировать знания и умения по ведению современного учета товарно-материальных ценностей в фармацевтических организациях (движения товаров, учета денежных средств, формирования собственных и привлеченных средств, бухгалтерской отчетности);
- сформировать знания о содержании и сущности маркетинга, товаре, товарной номенклатуре и ассортименте, об основных видах рынка, емкости рынка, рыночном потенциале;

– научить осуществлять продвижение фармацевтических товаров, формировать ценовую политику фармацевтической фирмы;
– сформировать системные знания по методам маркетинговых исследований и разработке плана маркетинга;
– сформировать предоставление о технологии принятия управленческого решения, принципах делегирования полномочий, кадровой политике фармацевтических предприятий и стилях управления трудовым коллективом.

3.5. Конечные результаты обучения:
– РО 1 – Понимает сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявляет к ней устойчивый интерес;
– РО 2 – Самостоятельно решает практические задачи базовой категории сложности в области фармацевтической деятельности в пределах компетенции, анализирует рабочую ситуацию и ее предсказуемые изменения, производит текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию.
– РО 3 – Использует информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, осуществляет поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, ориентируется в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. Знает и использует знания в области фармацевтической деятельности. Ставит цели, мотивирует деятельность подчиненных, организовывает их работу.
– РО 4 – Самостоятельно определяет задачи профессионального и личностного развития, занимается самообразованием, осознанно планирует повышение своей квалификации.
– РО 5 – Организовывает прием, хранение лекарственных средств, лекарственного растительного сырья и товаров аптечного ассортимента в соответствии с требованиями. Участвует в оформлении торгового зала. Отпускает лекарственные средства, изделия медицинского назначения и товары аптечного ассортимента населению и медицинским организациям.

3.6. Пререквизиты – дисциплины: История фармации; Основы психологии и коммуникативные навыки в фармации; Безопасность и качество в фармации;Информационные технологии в фармации.

3.7. Постреквизиты – дисциплины: Фармацевтическое и медицинское товароведение; Организация и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга II; практическая фармацевтическая деятельность.

3.8. Краткое содержание дисциплины:

Организация и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга является одним из специальных фармацевтических дисциплин, которая формирует профессиональные знания, умения и навыки специалиста, работающего на фармацевтическом рынке.

Особенностью современного этапа экономической жизни Казахстана является укрепление и развитие рыночных отношений, формирование стабильного, эффективного рыночного хозяйства. Развитие рынка коренным образом меняет требования к фармацевтическим дисциплинам, изменяет содержание и характер труда специалиста. Главное заключается в том, что в рыночных отношениях фармацевт перестает быть простым механическим исполнителем, его работа успешна только лишь в том случае, если он способен самостоятельно анализировать

ситуацию, принимать решения и нести за них ответственность, проявлять инициативу. Поэтому освоение специальных дисциплин, методов управления экономикой на разных уровнях хозяйствования невозможно без знания основ экономики фармацевтического предприятия. Благодаря освоению этой науки, специалист может мыслить масштабно, увидеть не отдельную экономическую проблему, а ее место и взаимосвязи с другими элементами экономической системы.

Учебная программа дисциплины организация и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга направлена на изучение основы анализа, прогнозирования экономических показателей деятельности аптечных организаций и современного учета в соответствии с требованиями законодательства к порядку его ведения.

Менеджмент, с одной стороны, представляет собой вид деятельности по руководству людьми в самых различных организациях, в том числе и аптечных. С другой стороны, менеджмент – это накопленный здравый смысл и положительный практический опыт, основанный на умении не повторять ранее совершенные ошибки.

Маркетинг как философия деятельности фармацевтического и аптечного предприятия способствует успешному реагированию на изменения во внешней среде, на требования и запросы потребителей, обеспечивает принятие управленческих решений на основе маркетинговых исследований и анализа возможностей организации. Знание и использование маркетинга обеспечивает предприятию успех в конкурентной борьбе, проникновение на новые рынки, завоевание потребителей и в конечном итоге – достижение целей, направленных на получение прибыли.

1.9. Тематический план:

3.9.1. Темы аудиторных занятий

№	Темы	Краткое содержание	Число часов
1.	Фармацевтический рынок и его государственное управление. Государственное регулирование сферы обращения лекарственных средств.	Особенности организации фармацевтического рынка. Основные принципы фармацевтической помощи в Республике Казахстан.	4
2.	Законодательно- нормативные документы, регламентирующие фармацевтическую деятельность Республики Казахстан.	Основной закон Р.К регламентирующие фармацевтическую деятельность. Понятие о фармацевтическом помощи. Приказы, указы утвержденные Министерством здравоохранения Р.К.	4
3.	Международные стандарты в фармации. Концепции GXP.	Международные стандарты в фармации. Концепции GXP. Концепция фармацевтической помощи в Р.К.	4

4.	Основные принципы определения потребности лекарственных средств и исследование спроса на них.	Система регулирования спроса. Факторы и группирование, составляющие спрос. Методы определения потребности лекарственных средств.	4
5.	Организация отпуска лекарственных средств через оптовую и розничную сеть.	Организация деятельности оптового звена сферы обращения лекарственных средств. Организация деятельности аптечных складов и ее функции.	4
6.	Организация изготовления лекарственных форм в аптеках.	Производственная деятельность аптек. Обязанности и права фармацевта ассистента занимающийся изготовлением лекарственных форм.	4
7.	Прием рецептов в аптеках и организация работы отпуска лекарственных препаратов. Регистрация, учет и хранение рецептов. Безрецептурный отпуск лекарственных средств в аптеках.	Права и обязанности работников, которые занимаются приемом рецептов и отпуска лекарственных средств. Прием, регистрация, учет и хранение рецептов. Порядок написания рецептов. Виды рецептурных бланков. Фармэкспертиза рецептов.	4
8.	Организация работ по оформлению лекарственных форм. Хранение товаров в аптечных учреждениях.	Единые правила оформления лекарств. Хранение и оформление лекарственных средств, имеющих в составе сильнодействующие, ядовитые и психотропные вещества.	4
9.	Движение товаров на фармацевтическом рынке.Фармацевтическая логистика.	Организация системы реализации товара на фармацевтическом рынке. Каналы сбыта фармацевтической продукции. Логистика в сфере обращения лекарственных средств, движение товаров.	4
10.	Введение в основы экономики. Планирование основных экономических показателей деятельности аптечных организаций	Введение в основы экономики. Планирование основных экономических показателей деятельности аптечных организаций. Понятия политической экономики, макро, микроэкономики, фармацевтической экономики.	4
11.	Основы ценообразования на лекарственные препараты	Основы ценообразования на лекарственные препараты, методы ценообразования на новые товары, ценовая политика, ценовая стратегия.	4

12.	Понятие о менеджменте, управленческих услугах и регулирование.	Понятие о менеджменте, управленческих услугах и их регулирование. Теория и практика менеджмента. Основные понятия концепции маркетинга.	4
Всего:			48

3.9.2. Тематический план симуляции

№	Названия тем	Краткое содержание	Число часов
1.	Фармацевтический рынок и его государственное управление. Государственное регулирование сферы обращения лекарственных средств.	Особенности организации фармацевтического рынка. Основные принципы фармацевтической помощи в Республике Казахстан.	10
2.	Нормативно-правовое обеспечение фармацевтической службы.	Нормативно-правовые документы регулирующие основы лекарственной политики Р.К. Нормативно-правовые основы фармацевтической деятельности. Правовые нормы лицензирования на фармацевтическом рынке.	10
3.	Международные стандарты в фармации. Концепция GXP.	Международные стандарты в фармации. Концепции GXP. Концепция фармацевтической помощи в Р.К.	10
4.	Основные принципы определения потребности лекарственных средств и исследование спроса на них.	Система регулирования спроса. Факторы и группирование, составляющие спрос. Методы определения потребности лекарственных средств.	10
5.	Организация отпуска лекарственных средств через оптовую и розничную сеть.	Организация деятельности оптового звена сферы обращения лекарственных средств. Организация деятельности аптечных складов и ее функции. Правила розничной торговли лекарственными средствами , виды лекарственных средств отпускаемых из аптечных организаций.	10

6.	Организация изготовления лекарственных форм в аптеках. **Рубежный контроль-1.**	Производственная деятельность аптек. Обязанности и права фармацевта ассистента занимающийся изготовлением лекарственных форм.	10
7.	Прием рецептов в аптеках и организация работы отпуска лекарственных препаратов. Регистрация, учет и хранение рецептов.	Права и обязанности работников, которые занимаются приемом рецептов и отпуска лекарственных средств. Прием, регистрация, учет и хранение рецептов. Порядок написания рецептов. Виды рецептурных бланков. Фармэкспертиза рецептов.	10
8.	Безрецептурный отпуск лекарственных средств в аптеках. Бесплатный отпуск лекарственных средств и изделий медицинского назначения в аптеке.	Безрецептурный отпуск лекарственных средств и изделий медицинского назначения. Организация и деятельность работы мелкорозничной сети. Бесплатный отпуск лекарственных средств и изделий медицинского назначения в аптеке. Бесплатный и льготный отпуск лекарственных средств больным с хроническими заболеваниями.	10
9.	Санитарный режим в аптечных организациях.	Санитарный режим в аптечных организациях. Санитарно-эпидемиологические требования к лекарственным средствам, изделиям медицинского назначения и мед.технике.	10
10.	Движение товаров на фармацевтическом рынке.Фармацевтическая логистика.	Организация системы реализации товара на фармацевтическом рынке. Каналы сбыта фармацевтической продукции. Логистика в сфере обращения лекарственных средств, движение товаров.	10
11.	Введение в основы экономики. Планирование основных экономических показателей деятельности аптечных организаций	Введение в основы экономики. Планирование основных экономических показателей деятельности аптечных организаций. Понятия политической экономики, макро, микроэкономики, фармацевтической экономики.	10
12.	Основы ценообразования на лекарственные препараты **Рубежный контроль-2**	Основы ценообразования на лекарственные препараты, методы ценообразования на новые товары, ценовая политика, ценовая стратегия.	10
Всего:			**120**

1.10. Литература.

3.10.1.Основная литература.

1. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами Шертаева К. Д. Фармация экономикасы: оқулық ; ҚР Денсаулық сақтау және әлеуметтік даму Министрлігі. ОҚМФА. - Шымкент: [б. и.], 2016. - 211б. С

3. Арыстанов Ж.М. Фармацияның басқарылуы және экономикасы. - Эверо,2013ж

4. Арыстанов, Ж. М. Менеджмент и маркетинг в фармации: учебное пособие / Ж. М. Арыстанов, А. Т. Токсеитова. – Алматы: Эверо, 2016. - 532 с

5. Блинова, О. менеджмента и маркетинга: Учебник. "Sky Systems" 2021

2.

В. Фармацевтический менеджмент: учебник / О. В. Блинова; М-во здравоохранения РК; ЮКГФА. - Шымкент: Жасұлан, 2013. - 165 с

6. Арыстанов, Ж. М. Фармация саласындағы менеджмент негіздері [Мәтін]: практикум / Ж. М. Арыстанов. - Алматы : New book, 2022. - 160 бет.

7. Тиісті фармацевтикалық практикаларды ұйымдастыру және басқару негіздері: оқулық / К. Д. Шертаева , О. В. Блинова.-Жасулан 2022.

8. Организационные и управленческие основы надлежаших практик: учебник / К. Д. Шертаева, О. В. Блинова.-Жасулан 2022.

3.10.2. Дополнительная литература.

1. Арыстанов, Ж. М.Менеджмент и маркетинг в фармации [Текст] : учебное пособие / Ж. М. Арыстанов, А. Т. Токсеитова. - Алматы :Эверо, 2016. - 532 с.

2. Сыздыкова, К. Ш. Менеджмент в здравоохранении [Текст] : учебное пособие / К. Ш. Сыздыкова, А. Р. Рыскулова, Ж. С. Тулебаев. - Алматы : ИП Изд-во "Ақнұр", 2015. - 236 с.

3.10.3. Электронные ресурсы.

1. Арыстанов, Ж. М. Фармацияның басқарылуы және экономикасы : ТжКБ үшін оқулық / Ж. М. Арыстанов. — Алматы, Саратов : EDP Hub (Идипи Хаб), Профобразование, 2024. — 593 с. https://www.iprbookshop.ru/141744.html

2. Арыстанов, Ж. М. Менеджмент және маркетинг негіздері : ТжКБ үшін оқу құралы / Ж. М. Арыстанов. — Алматы, Саратов : EDP Hub (Идипи Хаб), Профобразование, 2024. — 204 с. https://www.iprbookshop.ru/141747.html

3. Арыстанов Ж.М. Фармация саласындағы менеджмент негіздері.Ж.М. Арыстанов. - Алматы: Эверо, 2020. – 160 б. https://www.elib.kz/ru/search/read_book/175/

4. Тиісті фармацевтикалық практикаларды ұйымдастыру және басқару негіздері [Электронный ресурс]: оқулық / К. Д. Шертаева , О. В. Блинова [и др.]. - Электрон. текстовые дан. (27,3 МБ). - Шымкент : [б. и.], 2022. - 173+ эл. опт. диск (CD-ROM). - ISBN 978-9965-578-81-9

5. Шопабаева А.Р. Фармакоэкономика. Оқу құралы. 2019 ЦБ Aknurpress / https://aknurpress.kz/login

6. Тулемисов С.К., Жакипбеков К.С. Основные аспекты проектного менеджмента при создании фармацевтического производства готовых лекарстенных форм. Монография. 2017 Aknurpress / https://aknurpress.kz/login

7. Мусина Н.С., Сыздыкова К.Ш., Тулебаев Ж.С., Маукенова А.А. Экономика и маркетинг в фармации. Учебное пособие. 2017 Aknurpress / https://aknurpress.kz/login

8. Рыскулова А.Р., Мусина Н.С., Сыздыкова К.Ш., Тулебаев Ж.С., Маукенова А.А., Сейітова А.Б. Фармациядағы экономика және маркетинг. Оқу құралы. 2017. Aknurpress / https://aknurpress.kz/login

9. Арыстанов Ж.М. Фармация саласындағы менеджмент негіздері.

Ж.М. Арыстанов. - Алматы: Эверо, 2020. https://elib.kz/ru/search/read_book/175/
10. Арыстанов Ж.М.Фармация саласындағы менеджмент және маркетинг негіздері: Оқу құралы. - Алматы; Эверо, 2020. – 204 б. https://www.elib.kz/ru/search/read_book/178/

3.11. Методы обучения и преподавания:

3.11.1	Теория	Обзорные, проблемные.
3.11.2	Симуляция	Решение ситуационных задач, семинары, TBL, CBL, SBL,
3.11.3	Рубежный контроль	Тестирование/коллоквиум

3.12. Критерии и правила оценки знаний:

Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент	Баллы (%-ное содержание)	Оценка по традиционной системе
A	4,0	95-100	Отлично
A-	3,67	90-94	
B+	3,33	85-89	Хорошо
B	3,0	80-84	
B-	2,67	75-79	
C+	2,33	70-74	
C	2,0	65-69	Удовлетворительно
C-	1,67	60-64	
D+	1,33	55-59	
D-	1,0	50-54	
F	0	0-49	Неудовлетворительно
Критерии оценки	Отлично «A»: Студент предоставляет исчерпывающий полный ответ в области Хорошо «B+» - «C+»: Студент демонстрирует знания в области Удовлетворительно «C» - «D»: Студент обладает знаниями в области Неудовлетворительно «F»: Студент имеет некоторые представления в области		

Итоговая оценка дисциплины автоматически рассчитывается в зависимости от типа вида контроля, включаемого в официальный список в следующем формате:

Итоговая оценка = (AB (Аудитория, Семинары) AB Симуляция AB (Временный контроль) SSI) = 60% AP (рейтинг допуска) x 60%

– Экзамен (индивидуально): итоговый тест

Руководство по их реализации:

– Прочитайте и повторите распространяемые материалы, представленные во время занятий (лекции, семинары)

Критерии оценки:

– Финальный тест: он предназначен для проверки знаний и понимания курса.

– Тест проходит от 50 до 100 вопросов, каждый правильный ответ составляет 1 балл.

Сроки сдачи

– Ориентировочный срок выполнения задания: две недели после завершения курса. В случае задержки применяется понижающий коэффициент: например, 0,75 - 0,9.

Приложение 1

3.12.1. Критерии оценивания результатов обучения дисциплины

№ РО	Наименование результатов обучения	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
РО 1	Понимает сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявляет к ней устойчивый интерес.	1. Не демонстрирует знание фармацевтического рынка, товара и его жизненного цикла, ценообразования, функций и методов управления.	1. Имеет представление о фармацевтическом рынке, функциях и методах управления. 2. Описывает кадровую политику. 3. Представляет процесс принятия управленческих решений и делегирования полномочий.	1. Демонстрирует знания особенностей экономики фармацевтических организаций и потребительского поведения на фармацевтическом рынке, элементов организации и процессов управления в фармацевтических организациях и предприятиях. Ориентируется в классификации и номенклатуре хозяйственных средств и товарных запасов. Знание фармацевтического рынка, товара и его жизненного цикла,	1. Демонстрирует знания особенностей экономики фармацевтических организаций и потребительского поведения на фармацевтическом рынке, элементов организации и процессов управления в фармацевтических организациях и предприятиях. Ориентируется в классификации и номенклатуре хозяйственных средств и товарных запасов. Понимание фармацевтического рынка, товара и его жизненного цикла,

				ценообразования, функций и методов управления. 2. Описывает кадровую политику. 3. Представляет процесс принятия управленческих решений и делегирования полномочий. 4. Формулирует принципы системы менеджмента качества в фармацевтических организациях, основные концепции развития рынка и планирования маркетинга.	ценообразования, функций и методов управления. 2. Описывает кадровую политику, основные требования к организации и стили управления трудовым коллективом. 3. Представляет процесс принятия управленческих решений и делегирования полномочий. 4. Формулирует принципы системы менеджмента качества в фармацевтических организациях, основные концепции развития рынка и планирования маркетинга. 5. Сравнивает виды и стадии жизненного цикла товара, методы анализа ассортимента фармацевтических товаров, факторы ценообразования и

					конкурентоспособности. 6. Свободно ориентируется в маркетинговых исследованиях.
РО 2	Самостоятельно решает практические задачи базовой категории сложности в области фармацевтической деятельности в пределах компетенции, анализирует рабочую ситуацию и ее предсказуемые изменения, производит текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию.	1. Не определяет емкость рынка. 2. Не способен описать ценовую, ассортиментную и коммуникационную политики, методы стимулирования продаж. 3. Не перечисляет стратегические, тактические и оперативные задачи кадровой политики, модель мотивационного процесса.	1. Определяет емкость рынка. 2. Описывает ценовую, ассортиментную и коммуникационную политики, методы стимулирования продаж. 3. Перечисляет стратегические, тактические и оперативные задачи кадровой политики.	1. Выбирает методы экономического анализа для прогнозирования основных экономических показателей. 2. Определяет емкость рынка. 3. Разрабатывает ценовую, ассортиментную и коммуникационную политики, методы стимулирования продаж. 4. Интерпретирует стратегические, тактические и оперативные задачи кадровой политики, модель мотивационного процесса.	1. Выбирает методы экономического анализа для прогнозирования основных экономических показателей. Составляет этапы планирования основных показателей деятельности аптеки, проводит анализ и планирование отдельных показателей деятельности аптеки. 2. Определяет емкость рынка, рыночный потенциал. 3. Разрабатывает ценовую, ассортиментную и коммуникационную политики, методы стимулирования

					продаж. 4. Интерпретирует стратегические, тактические и оперативные задачи кадровой политики, модель мотивационного процесса 5. Анализирует модель стилей руководства и оценивает требования к современному менеджеру-лидеру.
РО 3	Использует информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, осуществляет поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, ориентируется в условиях частой смены	1. Не способен проводить поиск информации в международной базе данных, нормативно-технической документации, нормативно- правовых актах РК, базе доказательной медицины. 2. Не описывает методы маркетинговых исследований. 3. Не разрабатывает	1. Проводит поиск информации в международной базе данных, нормативно-технической документации, нормативно-правовых актах РК, базе доказательной медицины. 2. Описывает методы маркетинговых исследований. 3. Характеризует план маркетинга по	1. Проводит поиск и интерпретацию информации в международной базе данных, нормативно-технической документации, нормативно-правовых актах РК, базе доказательной медицины. 2. Систематизирует полученные знания в области фармацевтических	1. Проводит поиск и интерпретацию информации в международной базе данных, нормативно-технической документации, нормативно- правовых актах РК, базе доказательной медицины. 2. Систематизирует полученные знания в области фармацевтических

	технологий в профессиональной деятельности. Знает и использует знания в области фармацевтической деятельности. Ставит цели, мотивирует деятельность подчиненных, организовывает их работу.	план маркетинга по распределению, продвижению фармацевтических товаров и формированию ценовой политики фармацевтической фирмы.	распределению, продвижению фармацевтических товаров и формированию ценовой политики фармацевтической фирмы,	наук и адаптирует их к практической деятельности; обладает межотраслевой коммуникацией на стыке дисциплин: технология лекарств, фармацевтическая химия, фармакогнозия; применяет информацию на основе IT – технологии в сфере профессиональной деятельности. 3. Решает профессиональные задачи в области экономического анализа, ценовой политики, рентабельности аптек. 4. Оценивает возможные варианты и обоснованно выбирает методы маркетинговых исследований для	наук и адаптирует их к практической деятельности; обладает межотраслевой коммуникацией на стыке дисциплин: технология лекарств, фармацевтическая химия, фармакогнозия; применяет информацию на основе IT – технологии в сфере профессиональной деятельности. 3. Способен сравнивать и определять зависимость между отдельными показателями экономической деятельности фармацевтического предприятия. 4. Решает профессиональные задачи в области экономического анализа, ценовой политики,

				решения задач. 5. Разрабатывает план маркетинга по распределению, продвижению фармацевтических товаров и формированию ценовой политики фармацевтической фирмы, осуществляет контроль и корректировку планов. 6. Описывает процесс принятия управленческого решения и делегирования полномочий.	рентабельности аптек. 5. Формулирует аргументы, оценивает возможные варианты и обоснованно выбирает методы маркетинговых исследований для решения задач. 6. Разрабатывает план маркетинга по распределению, продвижению фармацевтических товаров и формированию ценовой политики фармацевтической фирмы, осуществляет контроль и корректировку планов. 7. Демонстрирует навыки принятия управленческого решения и делегирования полномочий при решении задач.
РО 4	Самостоятельно определяет задачи	1. Не способен сделать выводы по вопросам	1. Делает выводы по вопросам уравления	1. Делает выводы, представляет	1. Делает выводы, представляет

	профессионального и личностного развития, занимается самообразованием, осознанно планирует повышение своей квалификации.	уравления фармацевтической организацией, разрешения конфликтных ситуаций. 2. Не способен анализировать поведение покупателя при совершении покупок в аптечных организациях.	фармацевтической организацией, разрешения конфликтных ситуаций. 2. Планирует, организует совещания, конференции, беседы. 3. Описывает поведение покупателя при совершении покупок в аптечных организациях.	собственные суждения по вопросам уравления фармацевтической организацией, разрешения конфликтных ситуаций с использованием различных методов. 2. Представляет информацию иоказывает научно-консультативные услуги по вопросам прогнозирования и планирования основных экономических показателей деятельности аптекспециалистам и неспециалистам. 3. Планирует, организует совещания, конференции, беседы. 4. Разрабатывает план продвижения в процессе позиционирования	собственные суждения по вопросам уравления фармацевтической организацией, разрешения конфликтных ситуаций с использованием различных методов. 2. Выбирает оптимальное управленческое решение. 3. Представляет информацию иоказывает научно-консультативные услуги по вопросам прогнозирования и планирования основных экономических показателей деятельности аптекспециалистам и неспециалистам. 4. Планирует, организует совещания, конференции, беседы. 5. Разрабатывает план продвижения в процессе позиционирования товара на внутреннем и

				товара на внутреннем и внешнем фармацевтических рынках. 5. Анализирует поведение покупателя при совершении покупок в аптечных организациях с использованием методов маркетинговых исследований.	внешнем фармацевтических рынках. 6. Анализирует поведение покупателя при совершении покупок в аптечных организациях с использованием методов маркетинговых исследований. 7. Умеет использовать информацию, необходимую для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
РО 5	Организовывает прием, хранение лекарственных средств, лекарственного растительного сырья и товаров аптечного ассортимента в соответствии с требованиями.	1. Не способен сделать выводы по вопросам приема, хранение лекарственных средств, лекарственного растительного сырья и товаров аптечного ассортимента в соответствии с	1. Систематизирует и анализирует документы, делает выводы для оказания научно-консультативных услуг медицинскому персоналу и гражданам по вопросам применения	1. Систематизирует и анализирует документы, делает выводы для оказания научно-консультативных услуг медицинскому персоналу и гражданам по вопросам применения	1. Систематизирует и анализирует документы, делает выводы для оказания научно-консультативных услуг медицинскому персоналу и гражданам по вопросам применения наиболее

	Участвует в оформлении торгового зала. Отпускает лекарственные средства, изделия медицинского назначения и товары аптечного ассортимента населению и медицинским организациям.	требованиями. 2. Не способен участвовать в оформлении торгового зала.	наиболее эффективных и безопасных лекарственных средств, и товаров аптечного ассортимента, способов их хранения, использования, порядка приобретения. 2. Организует деятельность фармацевтической организации с соблюдением основных принципов хранения на основе фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними. 3. Обладает навыками контроля по хранению лекарственных средств и медицинских изделий.	наиболее эффективных и безопасных лекарственных средств, и товаров аптечного ассортимента, способов их хранения, использования, порядка приобретения. 2. Организует деятельность фармацевтической организации с соблюдением основных принципов хранения на основе фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними. 3. Обладает навыками контроля по хранению лекарственных средств и медицинских изделий.	эффективных и безопасных лекарственных средств, и товаров аптечного ассортимента, способов их хранения, использования, порядка приобретения. 2. Организует деятельность фармацевтической организации с соблюдением основных принципов хранения на основе фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними. 3. Обладает навыками контроля по хранению лекарственных средств и медицинских изделий. 4. Организует и осуществляет обеспечение населения качественными, эффективными безопасными

				4. Организует и осуществляет обеспечение населения качественными, эффективными безопасными лекарственными средствами и медицинскими изделиями.	лекарственными средствами и медицинскими изделиями. 5. Оказывает консультативную помощь населению и специалистам по вопросам рационального использования лекарственных средств и медицинских изделий.