

Аннотация к дополнительной профессиональной программе повышения квалификации «Современные подходы к организации работы с потребителями в розничном звене фармацевтического рынка»

Дополнительная профессиональная программа (далее - ДПП) повышения квалификации «Современные подходы к организации работы с потребителями в розничном звене фармацевтического рынка» разработана в центре дополнительного образования ГАПОУ СО «СОБМК» и предназначена для повышения квалификации специалистов со средним медицинским образованием по специальности «Фармация» в рамках пятилетнего образовательного цикла в системе непрерывного медицинского образования.

Актуальность программы определяется повышением медицинской, социальной и экономической роли аптечных организаций в жизни общества. Аптеки активно участвуют в реализации приоритетной задачи здравоохранения - сохранения здоровья населения, в связи с чем возрастает необходимость совершенствования знаний фармацевтов по работе с потребителями лекарств. В результате освоения ДПП слушатели получают знания и умения по современным аспектам профессиональной деятельности фармацевтов в работе с потребителями лекарств в розничном звене фармацевтического рынка.

Целевая аудитория программы – фармацевты, старшие фармацевты.

Целью ДПП повышения квалификации является совершенствование профессиональных компетенций, необходимых при осуществлении профессиональной деятельности по работе с потребителями лекарств, изделий медицинского назначения, сопутствующих товаров аптечного ассортимента в розничном звене фармацевтического рынка.

В результате освоения ДПП у слушателей должны быть усовершенствованы **профессиональные компетенции (ПК):**

- ПК 1. Продавать изделия медицинского назначения и другие товары аптечного ассортимента;
- ПК 2. Участвовать в оформлении торгового зала;
- ПК 3. Информировать население, медицинских работников учреждений здравоохранения о товарах аптечного ассортимента;
- ПК 4. Оформлять документы первичного учета;
- ПК 5. Анализировать спрос на товары аптечного ассортимента.

В результате освоения программы слушатель должен **уметь:**

1. Применять принципы мерчандайзинга в деятельности аптечной организации;
2. Оформлять торговый зал аптеки, организовывать выкладку товаров, размещать рекламные и информационные материалы;
3. Проводить анализ хозяйственного портфеля.

В результате освоения программы слушатель должен **знать**:

1. основополагающие принципы, закономерности поведения потребителя и его роль на рынке фармацевтических товаров;
2. Структуру товарной номенклатуры, классификацию товарного ассортимента, принципы его анализа;
3. Основы коммуникационной политики в фармации;
4. Методические подходы к рекламированию лекарственных препаратов;
5. Этические и научные критерии продвижения лекарственных препаратов;
6. основополагающие принципы мерчандайзинга;
7. Основы фармацевтического менеджмента и делового общения;
8. Законодательные акты и другие нормативные документы, регулирующие отношения с потребителями.

Объем программы: 36 часов (36 зачетных единиц). Форма обучения: очно-заочная. Заочная часть реализуется с применением дистанционных образовательных технологий. В ГАПОУ СО «СОБМК» создана электронная информационно-образовательная среда (ЭИОС), обеспечивающая доступ слушателей к электронным образовательным ресурсам, электронной библиотечной системе, а также взаимодействие между участниками образовательного процесса. В течение периода обучения по ДПП слушатели, используя индивидуальный логин и пароль, имеют доступ ко всем образовательным ресурсам программы - курсу лекций, мультимедийным материалам, ссылкам на электронные образовательные ресурсы, нормативные документы, банку тестовых заданий для подготовки к итоговой аттестации.

Очная часть проводится в форме аудиторных занятий в колледже. На занятиях используются презентации, учебные фильмы. По окончании обучения проводится итоговая аттестация в форме тестирования. По результатам обучения выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

Учебно-тематический план ДПП «Современные подходы к организации работы с потребителями в розничном звене фармацевтического рынка»

№ п/п	Наименование разделов, тем	Всего часов	ДОТ и ЭО		Аудиторно		Форма контроля
			теор	прак	теор	прак	
1.	Потребительское поведение на фармацевтическом рынке. Маркетинговые методы управления потребительским поведением	20	10	-	-	10	текущий контроль
1.1.	Управление потребительским поведением	2	2	-	-	-	
1.2.	Внешний вид аптеки. Атмосфера торгового зала	6	2	-	-	4	
1.3.	Расположение товаров аптечного ассортимента. Размещение рекламных и информационных материалов	6	2	-	-	4	

1.4.	Дополнительные услуги аптек	2	2	-	-	-	
1.5.	Формирование ассортимента фармацевтических товаров. Уровень цен.	4	2	-	-	2	
2.	Роль персонала аптеки в эффективной работе с потребителями	14	8	-	-	6	текущий контроль
2.1.	Технология продажи товаров аптечного ассортимента.	2	2	-	-	-	
2.2.	Основы фармацевтической этики и деонтологии. Стандарты обслуживания.	4	2	-	-	2	
2.3.	Этапы управления взаимоотношениями с потребителями. Акции в аптеке	2	2	-	-	-	
2.4.	Фармацевтическое консультирование в аптеке	6	2	-	-	4	
	Итоговая аттестация	2	-	-	2	-	экзамен
	Всего часов	36	18	-	2	16	