

## **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.    | <b>Потребительское поведение на фармацевтическом рынке. Маркетинговые методы управления потребительским поведением</b> | 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         |                         |
| <b>2.</b> | <b>Роль персонала аптеки в эффективной работе с потребителями</b>    | <b>14</b> | <b>8</b>  | - | -        | <b>6</b>  | <b>текущий контроль</b> |
| 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         |                         |
|           | <b>Итоговая аттестация</b>   | <b>2</b>  | -         | - | 2        | -         | <b>экзамен</b>          |
|           | <b>Всего часов</b>   | <b>36</b> | <b>18</b> | - | <b>2</b> | <b>16</b> |                         |