

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации**

**Аннотация рабочей программы практики**

**Б2.В.01(П) производственная (клиническая) практика (практика по промышленному маркетингу)**

<b>Направление подготовки:</b>	33.08.02 Управление и экономика фармации
<b>Профиль подготовки:</b>	Управление и экономика фармации
<b>Форма обучения:</b>	очная

**Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Данный вид практики направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ПК-ПЗ готовность к проведению процедур, предусмотренных при государственной регистрации лекарственных препаратов

ПК-ПЗ.1 Координирует деятельность подразделений производителя ЛС в рамках процедуры государственной регистрации лекарственных препаратов

*Уметь:*

ПК-ПЗ.1/Ум5 Умеет проводить маркетинговые исследования в рамках международного опыта регулирования регистрации лекарственных средств

ПК-ПЗ.1/Ум6 Умеет анализировать процедуры при регистрации лекарственных препаратов в различных странах и порядка их осуществления

ПК-ПЗ.2 Формирует регистрационное досье на лекарственные препараты

*Уметь:*

ПК-ПЗ.2/Ум2 Умеет применять товарные стратегии при организации работы по подготовке регистрационного досье

ПК-ПЗ.2/Ум3 Умеет применять навыки марочного маркетинга

ПК-ПЗ.3 Оценивает затраты и сроки проведения всех процедур государственной регистрации лекарственных препаратов

*Уметь:*

ПК-ПЗ.3/Ум3 Умеет применять ценовые стратегии при оценке затрат проведения процедур государственной регистрации

ПК-ПЗ.3/Ум4 Умеет анализировать факторы, формирующие затраты на проведение процедур государственной регистрации

ПК-П4 готовность к применению основных принципов управления в профессиональной сфере

ПК-П4.3 Управляет качеством результатов текущей деятельности фармацевтической организации

*Уметь:*

ПК-П4.3/Ум6 Умеет управлять политикой распределения и сбытом продукции производственного назначения.

ПК-П4.3/Ум7 Умеет реализовывать коммуникативную политику при анализе качества результатов текущей деятельности фармацевтической организации

ПК-П4.3/Ум8 Умеет анализировать организационную структуру службы маркетинга и результаты ее деятельности

ПК-П4.3/Ум9 Умеет применять концепцию комплекса маркетинга в структуре текущей деятельности фармацевтической организации

### **Вид практики, способ и формы ее проведения**

Вид практики - Производственная практика.

Тип практики - Клиническая практика.

Форма проведения практики - Практическая подготовка.

Практика проводится с отрывом от аудиторных занятий.

### **Место практики в структуре образовательной программы**

Производственная практика Б2.В.01(П) «производственная (клиническая) практика (практика по промышленному маркетингу)» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и проводится в семестре(ах): 4.

Практика базируется на знаниях, полученных при изучении предшествующих дисциплин и практик, указанных ниже.

Предшествующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

ФТД.В.02 Маркетинг парфюмерно-косметической продукции;

Б1.Б.05 Менеджмент в фармации;

Б2.Б.01(П) производственная (клиническая) практика (практика по кадровому менеджменту);

Б2.Б.03(П) производственная (клиническая) практика (практика по планированию деятельности фармацевтической организации);

Б2.Б.04(П) производственная (клиническая) практика (практика по управлению качеством текущей деятельности фармацевтической организации);

Б1.Б.11 Товарный маркетинг;

Б1.Б.04 Управление инновациями в фармации;

Б1.Б.06 Управление маркетинговыми коммуникациями.

ФТД.В.02 Маркетинг парфюмерно-косметической продукции;

Б1.Б.05 Менеджмент в фармации;

Б2.Б.01(П) производственная (клиническая) практика (практика по кадровому менеджменту);

Б2.Б.03(П) производственная (клиническая) практика (практика по планированию деятельности фармацевтической организации);

Б2.Б.04(П) производственная (клиническая) практика (практика по управлению качеством текущей деятельности фармацевтической организации);

Б1.Б.11 Товарный маркетинг;

Б1.Б.04 Управление инновациями в фармации;

Б1.Б.06 Управление маркетинговыми коммуникациями.

Приобретенные умения и опыт необходимы для освоения последующих дисциплин, практик предусмотренных учебным планом, указанных ниже.

Последующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Б1.Б.09 Организация регистрации и экспертизы лекарственных средств;

Б3.Б.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;

Б2.В.ДВ.01.01(П) производственная (клиническая) практика (практика по проведению маркетинговых исследований в фармацевтической деятельности);

Б2.В.ДВ.01.02(П) производственная (клиническая) практика (практика по рекламному менеджменту).

Б1.Б.09 Организация регистрации и экспертизы лекарственных средств;

Б3.Б.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;

Б2.В.ДВ.01.01(П) производственная (клиническая) практика (практика по проведению маркетинговых исследований в фармацевтической деятельности);

Б2.В.ДВ.01.02(П) производственная (клиническая) практика (практика по рекламному менеджменту).

В процессе прохождения практики студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и учебным планом.

### Объем практики и ее продолжительность

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетных единиц(-ы) продолжительностью 2 недели или 108 часа(-ов).

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Индивидуальные консультации (часы)	Контактные часы на аттестацию в период обучения (часы)	Самостоятельная работа студента (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Четвертый семестр	108	3	5	3	2	103	Зачет
Всего	108	3	5	3	2	103	

### Содержание практики

#### Разделы, этапы, темы практики и виды работ

Наименование раздела, темы	Консультации	Контактные часы в период обучения	Самостоятельная работа студента	Промежуточные результаты освоения

	Всего	Индивидуальн	Контакт	Самостоятели	Планируемые
			на аттестацию	студен	обучения, соот
					результатами с
					программы
<b>Раздел 1. Подготовительный (организационный) этап</b>	<b>6</b>			<b>6</b>	ПК-ПЗ.1 ПК-ПЗ.2
Тема 1.1. Описание организации (базы практики). Изучение организационной структуры и функций, выполняемых организацией.	6			6	ПК-ПЗ.3 ПК-П4.3
<b>Раздел 2. Основной этап</b>	<b>88</b>	<b>3</b>		<b>85</b>	ПК-ПЗ.1 ПК-ПЗ.2 ПК-ПЗ.3 ПК-П4.3
Тема 2.1. Теоретическая часть Посиково-аналитическая работа в рамках промышленного маркетинга	26	1		25	
Тема 2.2. Практическая часть Организационная структура и система управления маркетингом. Товарная политика фармацевтической организации (компании) Ценовая политика фармацевтической организации (компании) Политика распределения товара фармацевтической организации (компании) Маркетинговые коммуникации фармацевтической организации (компании) Маркетинговые исследования в фармацевтической организации (компании). Сегментация рынка	62	2		60	
<b>Раздел 3. Заключительный этап</b>	<b>14</b>		<b>2</b>	<b>12</b>	ПК-ПЗ.1 ПК-ПЗ.2
Тема 3.1. Оформление итоговой отчетной документации по практике	14		2	12	ПК-ПЗ.3 ПК-П4.3
<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>103</b>	

### Контрольные мероприятия по практике

№ п/п	Наименование раздела	Контролируем ые ИДК	Вид контроля/ используемые оценочные материалы	
			Текущий	Промежут. аттестация

1	Подготовительный (организационный) этап - 6 час. Тема 1.1 Описание организации (базы практики). Изучение организационной структуры и функций, выполняемых организацией. - 6 час.	ПК-ПЗ.1 ПК-ПЗ.2 ПК-ПЗ.3 ПК-П4.3	Контроль ведения дневника практики	Зачет
2	Основной этап - 88 час. Тема 2.1 Теоретическая часть Посиково-аналитическая работа в рамках промышленного маркетинга - 26 час. Тема 2.2 Практическая часть Организационная структура и система управления маркетингом. Товарная политика фармацевтической организации (компании) Ценовая политика фармацевтической организации (компании) Политика распределения товара фармацевтической организации (компании) Маркетинговые коммуникации фармацевтической организации (компании) Маркетинговые исследования в фармацевтической организации (компании). Сегментация рынка - 62 час.	ПК-ПЗ.1 ПК-ПЗ.2 ПК-ПЗ.3 ПК-П4.3		Зачет
3	Заключительный этап - 14 час. Тема 3.1 Оформление итоговой отчетной документации по практике - 14 час.	ПК-ПЗ.1 ПК-ПЗ.2 ПК-ПЗ.3 ПК-П4.3		Зачет

### 8. 3. Содержание этапов, тем практики и формы текущего контроля

#### ***Раздел 1. Подготовительный (организационный) этап (Самостоятельная работа студента - 6ч.)***

*Тема 1.1. Описание организации (базы практики). Изучение организационной структуры и функций, выполняемых организацией.*

*(Самостоятельная работа студента - 6ч.)*

1. Выполнение обязанностей руководителя организации в области промышленного маркетинга:

А. Предложить возможные варианты маркетинговых исследований.

Б. Предложить возможные варианты сегментирования рынка.

В. Провести многовекторный анализ товарных стратегий, факторов, формирующих качество товара.

Г. Изучить марочный маркетинг.

Д. Проанализировать факторы, формирующие цены в фармацевтической организации, дать характеристику основным ценовым стратегиям.

Е. Выполнить анализ основных каналов распределения. Изучить посредников, контактирующих с фармацевтической организацией, привести общую характеристику.

Ж. Изучить рекламную и PR-деятельность фармацевтической организации (компании). Проанализировать выставочную деятельность. Предложить возможные варианты стимулирование сбыта.

3. Анализ организационной структуры службы маркетинга.

И. Изучение структуры функций службы маркетинга

Текущий контроль

Вид (форма) контроля, оценочные материалы
Контроль ведения дневника практики

## **Раздел 2. Основной этап**

***(Индивидуальные консультации - 3ч.; Самостоятельная работа студента - 85ч.)***

### ***Тема 2.1. Теоретическая часть***

*Посиково-аналитическая работа в рамках промышленного маркетинга*

*(Индивидуальные консультации - 1ч.; Самостоятельная работа студента - 25ч.)*

Обзор литературных источников по вопросам самостоятельной работы в разрезе промышленного маркетинга

### ***Тема 2.2. Практическая часть***

*Организационная структура и система управления маркетингом.*

*Товарная политика фармацевтической организации (компании)*

*Ценовая политика фармацевтической организации (компании)*

*Политика распределения товара фармацевтической организации (компании)*

*Маркетинговые коммуникации фармацевтической организации (компании)*

*Маркетинговые исследования в фармацевтической организации (компании). Сегментация рынка*

*(Индивидуальные консультации - 2ч.; Самостоятельная работа студента - 60ч.)*

Провести анализ организационной структуры службы маркетинга, изучение структуры функций службы маркетинга.

Провести многовекторный анализ товарных стратегий, факторов, формирующих качество товара, изучить марочный маркетинг.

проанализировать факторы, формирующие цены в фармацевтической организации (компании), дать характеристику основным ценовым стратегиям.

Выполнить анализ основных каналов распределения, изучить посредников, контактирующих с фармацевтической организацией (компанией), привести общую характеристику.

Изучить рекламную и PR-деятельность фармацевтической организации (компании), проанализировать выставочную деятельность, предложить возможные варианты стимулирование сбыта.

Предложить возможные варианты маркетинговых исследований. Предложить возможные варианты сегментирования рынка

### **Раздел 3. Заключительный этап**

**(Контактные часы на аттестацию в период обучения - 2ч.; Самостоятельная работа студента - 12ч.)**

#### **Тема 3.1. Оформление итоговой отчетной документации по практике**

**(Контактные часы на аттестацию в период обучения - 2ч.; Самостоятельная работа студента - 12ч.)**

Групповые консультации по вопросам оформления пакета документов по практике.

Индивидуальные консультации по вопросам оформления пакета документов по практике.

Групповые консультации по вопросам подготовки к промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа: подготовка к промежуточной аттестации.

#### **Формы отчетности по практике**

- График прохождения практики
- Дневник практики
- Отчет о прохождении производственной практики
- Отзыв организации о производственной практике студента
- Отзыв руководителя практики от ФГБОУ ВО СПХФУ Минздрава России

#### **Разработчик(и)**

Кафедра управления и экономики фармации, доктор фармацевтических наук, профессор Немятых О. Д., кандидат фармацевтических наук, доцент Басакина И. И.