

**МИНИСТЕРСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Учебно-методическое объединение по высшему медицинскому,  
фармацевтическому образованию

**УТВЕРЖДАЮ**

Заместитель Министра здравоохранения  
Республики Беларусь,  
председатель Учебно-методического  
объединения по высшему  
медицинскому, фармацевтическому  
образованию

Б.Н. Андросюк

2024

Регистрационный № УПД-091-056/пр.

**ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЕ ТОВАРОВЕДЕНИЕ**

Примерная учебная программа по учебной дисциплине  
для специальности 1-79 01 08 «Фармация»

**СОГЛАСОВАНО**

Ректор учреждения образования  
«Витебский государственный  
ордена Дружбы народов  
медицинский университет»



А.Н. Чуканов

2024

**СОГЛАСОВАНО**

Начальник главного управления  
организационно-кадровой работы и  
профессионального образования  
Министерства здравоохранения  
Республики Беларусь

О.Н. Колюпанова

2024

УО «ВГМУ»	РАБОЧИЙ ЭКЗЕМПЛЯР
	Копия № <u>3</u>
	Верно <u>14.02.2025</u>
	Дата <u>14.02.2025</u>
Ф.И.О. _____	

Минск 2024

**СОСТАВИТЕЛИ:**

В.В.Кугач, начальник учебно-научно-производственного центра «Фармация» учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет», кандидат фармацевтических наук, доцент;

Г.А.Хуткина, заведующий кафедрой фармации факультета повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет», кандидат фармацевтических наук, доцент;

Т.А.Дорофеева, старший преподаватель кафедры фармации факультета повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет»;

А.В.Шульмин, заведующий кафедрой организации и экономики фармации учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет», доктор медицинских наук, профессор;

Е.В.Игнатьева, старший преподаватель кафедры фармации факультета повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет»;

А.А.Карусевич, старший преподаватель кафедры организации и экономики фармации учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет»;

С.Э.Ржеусский, доцент кафедры организации и экономики фармации учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет», кандидат фармацевтических наук, доцент;

Г.В.Адаменко, доцент кафедры организации и экономики фармации учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет», кандидат фармацевтических наук, доцент;

Н.Ю.Калмыкова, старший преподаватель кафедры организации и экономики фармации учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет»

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

Кафедра организации фармации учреждения образования «Белорусский государственный медицинский университет»;

Е.С.Борисеевич, генеральный директор Витебского торгово-производственного республиканского унитарного предприятия «Фармация»

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ПРИМЕРНОЙ:**

Кафедрой организации и экономики фармации учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет» (протокол № 11 от 10.01.2024);

Кафедрой фармации факультета повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет»  
(протокол № 13 от 02.02.2024);

Научно-методическим советом учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет»  
(протокол № 8 от 20.03.2024);

Научно-методическим советом по фармации Учебно-методического объединения по высшему медицинскому, фармацевтическому образованию  
(протокол № 4 от 16.05.2024)

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

«Фармацевтическое товароведение» – учебная дисциплина модуля «Организация и экономика фармации», содержащая систематизированные научные знания о потребительских свойствах медицинских изделий, других товаров аптечного ассортимента и основах фармацевтического маркетинга.

Примерная учебная программа по учебной дисциплине «Фармацевтическое товароведение» разработана в соответствии с образовательным стандартом высшего образования по специальности 1-79 01 08 «Фармация», утвержденным и введенным в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 26.01.2022 №14; типовым учебным планом по специальности 1-79 01 08 «Фармация» (регистрационный № L 79-1-007/пр-тип.), утвержденным первым заместителем Министра образования Республики Беларусь 19.05.2021.

Цель учебной дисциплины «Фармацевтическое товароведение» – формирование базовых профессиональных компетенций для выполнения товароведческой экспертизы медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента, использования инструментов фармацевтического маркетинга для эффективной деятельности аптечной и производственной организаций.

Задачи учебной дисциплины «Фармацевтическое товароведение» состоят в формировании у студентов научных знаний о способах классификации и кодирования товаров, методах проведения товароведческой экспертизы медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента, умений и навыков, необходимых для продвижения товаров на фармацевтическом рынке, формирования рационального ассортимента аптечной и производственной организаций.

Знания, умения, навыки, полученные при изучении учебной дисциплины «Фармацевтическое товароведение», необходимы для успешного изучения следующих учебных дисциплин: «Управление и экономика фармацевтического предприятия», «Психология профессионального общения», «Фармацевтический менеджмент».

Студент, освоивший содержание учебного материала учебной дисциплины, должен обладать следующими базовыми профессиональными компетенциями:

осуществлять профессиональную деятельность, в том числе отпуск и реализацию лекарственных средств, медицинских изделий и товаров аптечного ассортимента через аптеки, в соответствии с надлежащими фармацевтическими практиками в сфере обращения лекарственных средств;

осуществлять маркетинговое исследование фармацевтического рынка.

В рамках образовательного процесса по учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические знания, практические умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Всего на изучение учебной дисциплины отводится 205 академических часов, из них 120 аудиторных и 85 часов самостоятельной работы студента.

Рекомендуемые формы промежуточной аттестации: зачет (8 семестр), экзамен (9 семестр).

### ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Название раздела (темы)	Всего аудиторных часов	Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий	
		лекции	лабораторные
<b>1. Основы товароведения</b>	<b>19</b>	<b>4</b>	<b>15</b>
1.1. Введение в учебную дисциплину «Фармацевтическое товароведение». Товар, его свойства, виды классификации и методы кодирования	3	—	3
1.2. Нормативно-правовое регулирование обращения медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента в Республике Беларусь и Евразийском экономическом союзе	5	2	3
1.3. Порядок регистрации медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента	5	2	3
1.4. Особенности производства, закупки и распределения медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента	3	—	3
1.5. Упаковка и маркировка медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента	3	—	3
<b>2. Основы товароведческой экспертизы медицинских изделий, других товаров аптечного ассортимента</b>	<b>39</b>	<b>6</b>	<b>33</b>
2.1. Основы материаловедения и товароведческой экспертизы	5	2	3
2.2. Товароведческая экспертиза медицинских инструментов	3	—	3
2.3. Товароведческая экспертиза шовных и перевязочных материалов, перевязочных средств и вспомогательных материалов	3	—	3
2.4. Товароведческая экспертиза медицинских изделий, контактирующих с кровью, препаратами из крови, веществами для внутрисосудистого введения	3	—	3
2.5. Товароведческая экспертиза медицинских изделий для офтальмологии	3	—	3

Название раздела (темы)	Всего аудиторных часов	Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий	
		лекции	лабораторные
2.6. Товароведческая экспертиза медицинской техники для медицинской профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации	5	2	3
2.7. Товароведческая экспертиза изделий медицинского назначения для медицинской профилактики, диагностики, лечения, медицинской реабилитации, предотвращения беременности	3	—	3
2.8. Товароведческая экспертиза предметов ухода за пациентами, санитарно-гигиенических изделий	3	—	3
2.9. Товароведческая экспертиза медицинских газов, реагентов и реактивов для фармации, средств дезинфекции и дезинсекции	3	—	3
2.10. Товароведческая экспертиза предметов детского обихода, косметической продукции, средств и изделий гигиены полости рта, предметов личной гигиены	3	—	3
2.11. Товароведческая экспертиза минеральных вод, биологически активных добавок к пище, специализированных пищевых продуктов, чайных напитков на основе растительного сырья	5	2	3
<b>3. Фармацевтический маркетинг</b>	<b>62</b>	<b>14</b>	<b>48</b>
3.1. Введение в фармацевтический маркетинг	5	2	3
3.2. Фармацевтический рынок как объект маркетинга	5	2	3
3.3. Товар в системе маркетинга	3	—	3
3.4. Товарная и ассортиментная политика в маркетинге	3	—	3
3.5. Ценообразование в маркетинге, анализ и прогнозирование спроса	5	2	3
3.6. Система маркетинговой информации	3	—	3
3.7. Маркетинговые исследования в фармации, анализ результатов	5	2	3
3.8. Сегментирование фармацевтического рынка, маркетинговые исследования потребителей	3	—	3
3.9. Анализ маркетинговой среды, рыночной конкуренции и конкурентоспособности	5	2	3
3.10. Позиционирование товара и организации на рынке	3	—	3

Название раздела (темы)	Всего аудиторных часов	Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий	
		лекции	лабораторные
3.11. Маркетинговые коммуникации. Продвижение лекарственных средств	5	2	3
3.12. Роль рекламы в продвижении лекарственных препаратов, медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента	3	–	3
3.13. Маркетинговое планирование в фармации. Стратегии маркетинга	5	2	3
3.14. Сбыт в системе маркетинга	3	–	3
3.15. Маркетинг взаимоотношений на фармацевтическом рынке	3	–	3
3.16. Основы международного маркетинга	3	–	3
<b>Всего часов</b>	<b>120</b>	<b>24</b>	<b>96</b>

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### 1. Основы товароведения

#### 1.1. Введение в учебную дисциплину «Фармацевтическое товароведение». Товар, его свойства, виды классификации и методы кодирования

Цели, задачи, этапы становления, основные разделы учебной дисциплины «Фармацевтическое товароведение», роль в системе фармацевтического образования, интеграция с другими учебными дисциплинами.

Методы товароведения. Основные понятия и категории товароведения. Понятие товара и торговой марки. Потребительские свойства товара, стоимость и потребительская стоимость товара.

Основные виды классификации товаров. Классификатор товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности.

Перечень групп и подгрупп товаров, разрешенных к реализации из аптек. Перечень продукции, представляющей потенциальную опасность для жизни и здоровья населения, реализуемой в аптеках.

Общая характеристика медицинских изделий (изделий медицинского назначения и медицинской техники). Виды классификации медицинских изделий и их значение: номенклатурная классификация по видам; номенклатурная классификация по классам в зависимости от потенциального риска их применения; гигиеническая классификация по продолжительности и виду контакта с организмом человека; классификация с целью организации их надлежащего хранения.

## **1.2. Нормативно-правовое регулирование обращения медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента в Республике Беларусь и Евразийском экономическом союзе**

Обращение медицинских изделий в Республике Беларусь в соответствии с требованиями Закона «О здравоохранении». Требования к безопасности, эффективности и качеству медицинских изделий. Санитарные нормы и правила «Требования к изделиям медицинского назначения и медицинской технике». Гигиенический норматив «Показатели безопасности изделий медицинского назначения, медицинской техники и материалов, применяемых для их изготовления».

Принципы формирования общего рынка медицинских изделий в рамках Евразийского экономического союза. Соглашение о единых принципах и правилах обращения медицинских изделий. Мониторинг безопасности, эффективности и качества медицинских изделий в рамках Евразийского экономического союза.

Государственный надзор за обращением медицинских изделий. Порядок и условия изъятия из обращения, возврата производителю (его уполномоченному представителю) либо уничтожения медицинских изделий. Ответственность за нарушение порядка обращения медицинских изделий.

Требования к другим товарам аптечного ассортимента. Порядок оценки соответствия продукции требованиям технических нормативных правовых актов. Технические регламенты Таможенного союза и Евразийского экономического союза. Единые формы декларации о соответствии, сертификата о соответствии и правила их оформления. Регистрация деклараций о соответствии.

Решения Комиссии Таможенного союза, Евразийской экономической комиссии о единых санитарно-эпидемиологических и гигиенических требованиях к товарам, подлежащим санитарно-эпидемиологическому надзору (контролю).

Государственная санитарно-гигиеническая экспертиза. Перечень продукции, подлежащей государственной санитарно-гигиенической экспертизе. Порядок и условия проведения государственной санитарно-гигиенической экспертизы. Санитарно-гигиеническое заключение. Порядок изъятия из обращения продукции при установлении ее несоответствия требованиям законодательства Республики Беларусь в области санитарно-эпидемиологического благополучия населения.

## **1.3. Порядок регистрации медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента**

Государственная регистрация (перерегистрация) изделий медицинского назначения и медицинской техники в Республике Беларусь. Комплекс предварительных технических работ, предшествующих государственной регистрации медицинских изделий. Требования к документам, представляемым для государственной регистрации (перерегистрации) изделий медицинского назначения и медицинской техники, внесения изменений в регистрационное досье на изделия медицинского назначения и медицинскую технику.

Управление медицинских изделий УП «Центр экспертиз и испытаний в здравоохранении», задачи и функции. Комиссия по изделиям медицинского назначения и медицинской технике Министерства здравоохранения Республики Беларусь, задачи и функции. Форма регистрационного удостоверения. Государственный реестр изделий медицинского назначения и медицинской техники Республики Беларусь. Причины отказа в государственной регистрации (перерегистрации) изделий медицинского назначения и медицинской техники, приостановление, аннулирование действия регистрационного удостоверения. Внесение изменений в регистрационное досье на изделия медицинского назначения и медицинскую технику.

Правила регистрации и экспертизы безопасности, качества и эффективности медицинских изделий в Евразийском экономическом союзе. Комплекс предварительных технических работ, связанных с проведением экспертиз, инспектированием производства медицинских изделий, испытаний и других исследований, предшествующих их регистрации, внесению изменений в регистрационное досье. Единый реестр медицинских изделий, зарегистрированных в рамках Евразийского экономического союза.

Порядок и условия проведения в Республике Беларусь государственной регистрации продукции, представляющей потенциальную опасность для жизни и здоровья населения. Перечень органов и учреждений, осуществляющих государственный санитарный надзор, уполномоченных на проведение государственной регистрации продукции. Комиссия по определению порядка регистрации и реализации биологически активных добавок к пище Министерства здравоохранения Республики Беларусь, задачи и функции. Порядок государственной регистрации биологически активных добавок к пище производства Китайской Народной Республики. Единая форма свидетельства о государственной регистрации продукции, правила ее заполнения, срок действия. Замена свидетельства, случаи приостановления или прекращения его действия. Формы подтверждения государственной регистрации продукции, представляющей потенциальную опасность для жизни и здоровья населения. Единый реестр свидетельств о государственной регистрации продукции, порядок формирования и ведения.

#### **1.4. Особенности производства, закупки и распределения медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента**

Требования к организации производства медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента. Межгосударственные стандарты ИСО. Требования к внедрению, поддержанию и оценке системы менеджмента качества медицинских изделий в зависимости от потенциального риска их применения. Обеспечение безопасности, эффективности и качества медицинских изделий, безопасности и качества других товаров аптечного ассортимента на всех этапах их обращения, контроль и надзор. Системы менеджмента безопасности пищевой продукции (анализ рисков и критические контрольные точки (НАССР)). Производители медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента в Республике Беларусь.

Республиканский формуляр медицинских изделий, как основа для формирования и разработки годовых планов государственных закупок медицинских изделий, клинических протоколов, методов оказания медицинской помощи.

Каналы распределения медицинских изделий. Производственно-торговое республиканское унитарное предприятие «Белмедтехника», магазины «Медтехника», задачи, функции, закупочная деятельность.

Правила выкладки в витринах аптек медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента, порядок их реализации. Гарантийный срок службы товара. Заполнение гарантийного талона. Права потребителей медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента при их покупке.

Консультирование медицинских работников и населения по вопросам хранения, применения и эксплуатации медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.

Порядок обмена и возврата потребителями медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.

### **1.5. Упаковка и маркировка медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента**

Упаковка товаров. Виды, классификация и функции упаковки. Роль упаковки в сохранении потребительной стоимости товаров. Требования к упаковке. Контейнеры для фармацевтического использования.

Маркировка медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента, ее роль в товароведческом анализе. Функции маркировки. Требования к текстам графического оформления упаковки изделий медицинского назначения и медицинской техники и информированию пользователя. Носители маркировки. Маркировка медицинских изделий специальным знаком обращения медицинского изделия на рынке Евразийского экономического союза. Маркировка других товаров аптечного ассортимента, соответствующих техническим регламентам Таможенного союза и Евразийского экономического союза, единым знаком обращения продукции на рынке государств-членов Евразийского экономического союза. Дополнительные требования к маркировке отдельных видов пищевых продуктов (биологически активных добавок к пище, продуктов детского, диетического и специализированного питания). Порядок подтверждения сведений о специальных и (или) заявленных свойствах пищевых продуктов. Обязательная маркировка биологически активных добавок к пище средствами идентификации для ввоза на территорию Российской Федерации.

Информационные знаки (манипуляционные, предупредительные, экологические и прочие), их функции. Торговая марка и товарный знак.

## **2. Основы товароведческой экспертизы медицинских изделий, других товаров аптечного ассортимента**

### **2.1. Основы материаловедения и товароведческой экспертизы**

Понятие о материаловедении медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента. Требования к материалам, применяемым для

изготовления медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента, свойства материалов, классификация исходного сырья.

Классификация, состав, свойства металлических материалов, применяемых для изготовления медицинских изделий. Защита металлических изделий от коррозии, методы консервации.

Классификация неметаллических материалов, применяемых для изготовления медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.

Стекло медицинского назначения, керамические материалы, их состав, свойства, применение в медицине.

Полимерные материалы: каучуки, резина, пластические массы, их состав, свойства, применение в медицине. Методы получения изделий из резины и полимерных материалов. Понятие биокоррозии. Регенерация изделий из резины.

Материалы из биологической ткани, текстильные материалы, бумага, картон, клеи, применяемые для изготовления медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента, их состав, свойства.

Нетканые материалы для изготовления одноразовых изделий медицинского назначения.

Гипс медицинский.

Требования Государственной фармакопеи Республики Беларусь к материалам, применяемым для производства контейнеров для фармацевтического использования, отдельных частей либо целых предметов для медико-хирургического использования.

Требования к транспортировке медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента, особенности их хранения.

Понятие товароведческой экспертизы медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента, его особенности, цели, задачи и функции. Этапы товароведческой экспертизы. Методы оценки показателей качества медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.

Стандартизация и ее роль в товароведческой экспертизе. Методы и принципы стандартизации. Виды нормативно-технической документации на медицинские изделия и другие товары аптечного ассортимента. Категории и виды стандартов.

Сертификация медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента. Сертификаты качества (соответствия), их роль в товароведческой экспертизе.

Эксплуатационные документы.

## **2.2. Товароведческая экспертиза медицинских инструментов**

Общая характеристика и классификация медицинских инструментов.

Медицинские инструменты общехирургические (режущие, зажимные, расширяющие, оттесняющие, зондирующие, бужирующие): общая характеристика, классификация, оценка внешнего вида, функциональных свойств, организация хранения.

Медицинские инструменты специальные хирургические (урологические, акушерско-гинекологические, оториноларингологические, нейрохирургические

и др.): общая характеристика, классификация, оценка внешнего вида, функциональных свойств, организация хранения.

Применение и хранение медицинских инструментов.

### **2.3. Товароведческая экспертиза шовных и перевязочных материалов, перевязочных средств и вспомогательных материалов**

Общая характеристика и классификация шовного материала. Требования, предъявляемые к шовному материалу. Способность шовного материала к биодеструкции.

Материал шовный рассасывающийся (кетгут, коллаген, нити на основе целлюлозы, полигликолидов, полидиоксанон, полиуретан): оценка внешнего вида, функциональных свойств, методы стерилизации.

Материал шовный медленно рассасывающийся (шелк хирургический, нити на основе полиамида): оценка внешнего вида, функциональных свойств, методы стерилизации.

Материал шовный нерассасывающийся (нити на основе полиэфиров, полиолефинов, поливинилидена, полипропилена, фторполимеров): оценка внешнего вида, функциональных свойств, методы стерилизации.

Материал шовный с атравматической иглой. Металлические скобки, проволока, клипсы. Синтетические рассасывающиеся скобки.

Общая характеристика и классификация средств, предназначенных для контакта с поврежденными кожными покровами и слизистыми оболочками.

Классификация перевязочного материала по физической структуре и составу (полотно перевязочное, тилексол, марля, полотно нетканое медицинское, вата и др.), оценка внешнего вида и функциональных свойств.

Классификация и характеристика перевязочных средств (бинты, пакеты перевязочные, повязки, салфетки, пленки раневые, пластыри и наклейки пластырные, повязки противоожоговые, ленты фиксирующие липкие, бинты гипсовые, клеи, сорбенты, гемостатические порошки, губки лечебные), оценка внешнего вида и функциональных свойств.

Одежда медицинская многократного применения, одежда медицинская одноразовая (шапочки-береты, шапочки-колпаки, бахилы), маски медицинские.

Применение и хранение шовных и перевязочных материалов, перевязочных средств и вспомогательных материалов.

### **2.4. Товароведческая экспертиза медицинских изделий, контактирующих с кровью, препаратами из крови, веществами для внутрисосудистого введения**

Общая характеристика и классификация игл медицинских (инъекционных, для сшивания, манипуляционных), оценка внешнего вида и функциональных свойств.

Общая характеристика и классификация шприцев медицинских (инъекционных однократного применения, инсулиновых, шприц-ручек для введения инсулина, шприцов специальных), оценка внешнего вида и функциональных свойств. Скарификаторы ампульные.

Общая характеристика, оценка внешнего вида и функциональных свойств устройств эксфузионных, инфузионных и трансфузионных (системы

инфузионные однократного применения; контейнеры (пакеты) для крови, препаратов из крови, кровезаменителей и инфузионных растворов; пробки для укупоривания сосудов с кровью; катетеры внутрисосудистые, трубки медицинские).

Применение и хранение медицинских изделий, контактирующих с кровью, препаратами из крови, веществами для внутрисосудистого введения.

## **2.5. Товароведческая экспертиза медицинских изделий для офтальмологии**

Общая характеристика и классификация медицинских изделий для диагностики, коррекции и защиты зрения.

Линзы и призмы офтальмологические: характеристика, классификация, оценка внешнего вида, организация хранения. Линзы очковые для коррекции зрения. Набор пробных очковых линз, тест-линзы.

Оправы очковые: характеристика, классификация, оценка внешнего вида. Требования, предъявляемые к качеству оправ. Оправы для корригирующих очков. Оправа пробная.

Линзы контактные, требования, предъявляемые к ним. Системы для очистки контактных линз.

Очки защитные: классификация, характеристика.

Консультирование населения по вопросам применения и хранения в домашних условиях медицинских изделий для офтальмологии.

## **2.6. Товароведческая экспертиза медицинской техники для медицинской профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации**

Общая характеристика и классификация приборов для термометрии. Правила эксплуатации и товароведческая экспертиза термометров (капиллярный ртутный, капиллярный спиртовой, для измерения ушной температуры, инфракрасный кожный, инфракрасный цифровой бесконтактный электронный, электронный).

Общая характеристика и классификация приборов для измерения артериального давления и частоты сердечных сокращений. Правила эксплуатации тонометров, товароведческая экспертиза.

Общая характеристика и классификация приборов для измерения уровня глюкозы в крови. Правила эксплуатации глюкометров, товароведческая экспертиза, датчиков биоэлектрoхимических к глюкометру (тест-полоски), портативных биохимических анализаторов для самоконтроля, систем непрерывного мониторинга уровня глюкозы.

Общая характеристика и классификация ингаляторов: аэрозольные компрессорные, ультразвуковые, паровые, ингаляторы карманные, ингаляторы сухих порошков. Правила эксплуатации и товароведческая экспертиза ингаляторов.

Общая характеристика и классификация пульсоксиметров: стационарные, портативные (наплечные, наручные, поясные, напалечные). Правила эксплуатации пульсоксиметров, товароведческая экспертиза.

Общая характеристика и классификация аппаратов для магнитотерапии, светотерапии, виброакустики; правила эксплуатации, товароведческая экспертиза.

Применение и хранение медицинской техники для медицинской профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации.

## **2.7. Товароведческая экспертиза изделий медицинского назначения для медицинской профилактики, диагностики, лечения, медицинской реабилитации, предотвращения беременности**

Общая характеристика, классификация, товароведческая экспертиза наборов для гинекологического осмотра одноразовых, презервативов и гелей для ультразвукового исследования.

Общая характеристика, классификация, товароведческая экспертиза средств контрацепции (презервативы, диафрагмы, шеечные колпачки, контрацептивы внутриматочные, губки), тестов на беременность, пессариев акушерских разгружающих и маточных.

Общая характеристика, классификация, товароведческая экспертиза изделий медицинских чулочно-носочных компрессионных антиварикозных, лечебно-профилактических (бинты эластичные, чулки, носки, гольфы медицинские, трусы, бандажи и др.).

Общая характеристика, классификация, назначение и товароведческая экспертиза изделий ортопедических: бандажи компрессионные, шины, жакеты ортопедические, корректоры осанки (реклинаторы), воротники лечебные, валики ортопедические, корсеты, костыли, трости, стельки лечебно-профилактические, магнитотерапевтические, ортопедические, полустельки ортопедические, стельки-супинаторы, вкладыши ортопедические.

Общая характеристика, классификация и товароведческая экспертиза молокоотсосов.

Общая характеристика и товароведческая экспертиза тест-систем для определения наркотических препаратов.

Общая характеристика, классификация и товароведческая экспертиза изделий медицинского назначения для лечения заболеваний: спреи для наружного и местного применения в гинекологии и урологии, спреи для горла и ротовой полости, капли и спреи назальные, капли ушные, растворы для внутрисуставного введения, растворы медицинские для офтальмологии.

Комплектация аптечек первой помощи: универсальной; для оснащения транспортных средств (автомобильной); для оснащения воздушных судов гражданской авиации (бортовой); при отравлении дезинфицирующими средствами. Комплектация аптечки экстренной медицинской помощи для оснащения воздушных судов гражданской авиации (бортовой).

Основы гирудотерапии. Медицинские пиявки, особенности хранения.

Применение и хранение экспертиза изделий медицинского назначения для медицинской профилактики, диагностики, лечения, медицинской реабилитации, предотвращения беременности.

## **2.8. Товароведческая экспертиза предметов ухода за пациентами, санитарно-гигиенических изделий**

Классификация предметов ухода за пациентами, санитарно-гигиенических изделий по назначению, материалам и методам изготовления.

Общая характеристика и товароведческая экспертиза изделий для ухода за лежачими пациентами (подгузники, пеленки, памперсы для взрослых, калоприемники, мочеприемники, пояса для калоприемников и мочеприемников, судна подкладные, клеенки подкладные, простыни впитывающие одноразовые, поильники).

Общая характеристика и товароведческая экспертиза изделий для личной гигиены пациентов и выполнения медицинских процедур: перчатки медицинские, напальчники, спринцовки, кружки Эсмарха, клизменные наконечники, банки вакуумные, банки медицинские, жгуты кровоостанавливающие, катетеры, кольца маточные, суспензории, грелки резиновые и термохимические солевые, пузыри для льда, криопакеты, круги подкладные, вкладыши урологические для мужчин, бандажи грыжевые, бандажи дородовые и послеродовые, пипетки глазные, вкладыши ушные, растворы для орошений слизистой носа.

Применение и хранение предметов ухода за пациентами, санитарно-гигиенических изделий.

## **2.9. Товароведческая экспертиза медицинских газов, реагентов и реактивов для фармации, средств дезинфекции и дезинсекции**

Общая характеристика, классификация и назначение медицинских газов. Маркировка баллонов для медицинских газов.

Кислородные баллоны: элементы конструкции, порядок обращения, условия транспортировки и хранения, меры предосторожности. Порядок товароведческой экспертизы медицинских газов.

Общая характеристика, классификация, назначение, маркировка, особенности хранения и товароведческая экспертиза химических реактивов. Индикаторы химические для одноразового применения для контроля процессов стерилизации. Индикаторы контроля стерилизации биологические.

Общая характеристика, классификация и товароведческая экспертиза дезинфицирующих средств: галогенсодержащих, кислородсодержащих, альдегидсодержащих, поверхностно-активных веществ, гуанидинсодержащих, спиртосодержащих, фенолсодержащих, на основе кислот.

Общая характеристика, классификация и товароведческая экспертиза средств дезинсекции. Репелленты.

Применение и хранение медицинских газов, реагентов и реактивов для фармации, средств дезинфекции и дезинсекции.

## **2.10. Товароведческая экспертиза предметов детского обихода, косметической продукции, средств и изделий гигиены полости рта, предметов личной гигиены**

Общая характеристика, классификация и товароведческая экспертиза предметов детского обихода: посуда и изделия для детского питания, соски,

соски-пустышки, прорезыватели для зубов, погремушки, ерши для мытья бутылочек и др.

Общая характеристика, классификация и товароведческая экспертиза предметов по гигиеническому уходу за ребенком: подгузники, пеленки, подстилки, трусики гигиенические, зубные щетки, мочалки, термометры для ванны, ванночки и др.

Общая характеристика, классификация и товароведческая экспертиза парфюмерно-косметической продукции: лосьоны, гигиенические помады, бальзамы для губ, помады-бальзамы, лечебные жидкости и кремы для ногтей, средства по уходу за кожей лица и тела (кремы, эмульсии, сливки, гели, лосьоны, тоники, масла, маски, скрабы), солнцезащитные кремы, кремы для загара, средства по уходу за волосами, присыпки, тальк, пудры. Показатели безопасности парфюмерно-косметической продукции для человека.

Общая характеристика, классификация и товароведческая экспертиза продуктов специального назначения: кератолитического, депиляторного, отбеливающего действия, средств для и после бритья (кремы, лосьоны, пены, тоники, мыла), средств моющих для ванны и душа (пены, мыла твердые, кремообразные и жидкие, гели, соли).

Общая характеристика, классификация и товароведческая экспертиза средств гигиены полости рта: зубные пасты, гели, порошки, ополаскиватели, эликсиры, дезодоранты, зубные щетки, ершики, зубные нити (флоссы), ирригаторы полости рта.

Общая характеристика, классификация и товароведческая экспертиза предметов личной гигиены: косметические салфетки, платки носовые, ватные палочки, гигиенические женские прокладки и тампоны и аналогичные санитарно-гигиенические изделия.

Применение и хранение предметов детского обихода, косметической продукции, средств и изделий гигиены полости рта, предметов личной гигиены.

## **2.11. Товароведческая экспертиза минеральных вод, биологически активных добавок к пище, специализированных пищевых продуктов, чайных напитков на основе растительного сырья**

Общая характеристика, классификация и товароведческая экспертиза минеральных вод. Факторы, обуславливающие лечебное действие минеральных вод. Порядок транспортировки и хранения минеральных вод.

Общая характеристика, классификация, особенности обращения и товароведческая экспертиза биологически активных добавок к пище.

Общая характеристика, классификация и товароведческая экспертиза продуктов специального лечебного, детского, специализированного и диетического питания: продуктов детского питания, продуктов для беременных и кормящих женщин, продуктов диетического (лечебного и профилактического) питания, продуктов для питания спортсменов, заменителей сахара (подсластителей).

Общая характеристика, классификация и товароведческая экспертиза чайных напитков на основе растительного сырья.

Применение и хранение минеральных вод, биологически активных добавок к пище, специализированных пищевых продуктов, чайных напитков на основе растительного сырья.

### **3. Фармацевтический маркетинг**

#### **3.1. Введение в фармацевтический маркетинг**

Сущность, содержание, эволюция термина «маркетинг». Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, спрос, товар, обмен, рынок. Формы, виды, типы, принципы, задачи и функции маркетинга.

Концепции маркетинга, их характеристика и применение в целях управления деятельностью на рынке.

Комплекс маркетинга (маркетинг-микс) и его характеристика.

Маркетинг в здравоохранении. Особенности фармацевтического маркетинга. Провизор-маркетолог, должностные обязанности.

#### **3.2. Фармацевтический рынок как объект маркетинга**

Классификация и характеристика рынков в маркетинге.

Состояние, структура и организация фармацевтического рынка. Особенности, этапы, направления изучения фармацевтического рынка. Понятия емкости рынка и доли рынка. Оценка конъюнктуры рынка.

Механизмы регулирования фармацевтического рынка. Характеристика и тенденции развития мирового фармацевтического рынка. Фармацевтический рынок Республики Беларусь.

#### **3.3. Товар в системе маркетинга**

Товар как объект маркетинговых исследований, уровни товара. Классификация товаров в системе маркетинга. Потребительская ценность лекарственных средств, медицинских изделий, других товаров аптечного ассортимента.

Концепция жизненного цикла товара. Характеристика фаз жизненного цикла товара. Маркетинговые решения на стадиях жизненного цикла товара. Методы продления жизненного цикла товара. Матрица Бостонской консалтинговой группы (BMG).

#### **3.4. Товарная и ассортиментная политика в маркетинге**

Понятия ассортимента, товарной и ассортиментной политики в маркетинге. Товарная политика производственной организации. Сущность, цели и задачи товарной политики. Формирование ассортиментного портфеля производственной организации.

Анализ ассортимента аптечной организации, производственной организации, фармацевтического рынка. Методы анализа ассортимента: ABC (объем реализации, прибыльность, востребованность), XYZ (вариабельность и предсказуемость продаж), VFD/VEN (необходимость), FSN/FMR/FNS (частота покупок, частота использования), SDE (доступность у поставщиков), HML (стоимость единицы товара), их сущность и применение в фармации.

Понятие широты, насыщенности, глубины ассортимента лекарственных средств, медицинских изделий, других товаров аптечного ассортимента. Обновление ассортимента. Факторы, влияющие на формирование рационального аптечного ассортимента. Ассортиментная политика аптечной

организации в зависимости от конъюнктуры рынка. Значение категорийного менеджмента для формирования ассортимента.

### **3.5. Ценообразование в маркетинге, анализ и прогнозирование спроса**

Цена как одна из важнейших составляющих комплекса маркетинга. Теоретические основы рыночного ценообразования. Классификация цен. Факторы, влияющие на формирование цен. Постановка задач ценообразования и модели рынков.

Понятие рыночного спроса. Эластичность спроса. Методы оценки текущего и перспективного спроса. Прогнозирование емкости рынка. Закон спроса и предложения. Анализ цен на товары конкурентов. Выбор метода ценообразования. Стратегии ценообразования. Ценовая политика с учетом конкуренции и социальных факторов.

### **3.6. Система маркетинговой информации**

Маркетинговая информация: определение понятия, типы. Значение фармацевтической маркетинговой информации для маркетингового исследования рынка. Источники получения маркетинговой информации. Требования, предъявляемые к маркетинговой информации.

Сбор, обработка, хранение и защита маркетинговой информации. Принципы формирования маркетинговой информации в аптечных и производственных организациях. Маркетинговые информационные системы.

### **3.7. Маркетинговые исследования в фармации, анализ результатов**

Понятие, объекты, принципы и направления маркетинговых исследований. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований в фармации. Виды исследований (исследование рынка, сбыта, потребительских свойств товаров аптечного ассортимента, рекламы, экономики коммерческой деятельности, мотивов поведения покупателей).

Классификация методов, используемых при проведении маркетинговых исследований. Составление плана маркетинговых исследований. Этапы маркетинговых исследований. Анализ, интерпретация, оформление результатов маркетинговых исследований. Общие требования к содержанию отчета о маркетинговых исследованиях. Бенчмаркетинг как функция маркетинговых исследований. Особенности маркетинговых исследований при создании новых лекарственных средств и их выведении на фармацевтический рынок.

### **3.8. Сегментирование фармацевтического рынка, маркетинговые исследования потребителей**

Сегментирование фармацевтического рынка по различным классификационным признакам. Формирование критериев сегментации, проведение сегментации рынка, интерпретация полученных сегментов, выбор целевых сегментов. Создание «карты рынка».

Потребители как объект маркетинговых исследований. Модели покупательского поведения. Анализ факторов, влияющих на поведение потребителей. Исследование процесса принятия решения о покупке. Целевые группы рецептурного и безрецептурного сегментов фармацевтического рынка. Психографический профиль потребителя.

### **3.9. Анализ маркетинговой среды, рыночной конкуренции и конкурентоспособности**

Понятие маркетинговой среды. Основные факторы микро- и макросреды маркетинга. Ситуационный анализ факторов макро- и микросреды. Метод STEP-анализа и маркетинговый синтез. Геомаркетинговый анализ.

Понятия конкуренции и конкурентоспособности. Виды конкуренции. Методы конкурентной борьбы. Факторы конкурентоспособности. Параметры конкурентоспособности товаров. Методики оценки конкурентоспособности. Источники информации.

Понятие недобросовестной конкуренции.

Мониторинг рынка и активности конкурентов.

Имидж организации как инструмент повышения ее конкурентоспособности.

### **3.10. Позиционирование товара и организации на рынке**

Понятие позиционирования товара и организации на рынке. Цели, задачи, принципы позиционирования.

Способы, элементы, этапы и основные идеи позиционирования. Стратегии позиционирования. Разработка карты позиционирования. Фокус-группы, сопутствующие товары. Степень приверженности покупателей. Мотивы покупки.

Особенности позиционирования лекарственных препаратов. Выбор наиболее значимых позитивных качеств лекарственных препаратов. Схема позиционирования лекарственных препаратов.

### **3.11. Маркетинговые коммуникации. Продвижение лекарственных средств**

Понятие и общая характеристика маркетинговых коммуникаций. Условия эффективности системы коммуникаций. Каналы передачи информации. Технология и этапы разработки эффективной системы коммуникаций. Разработка комплекса продвижения лекарственных средств.

Сетевой и прямой маркетинг (директ-маркетинг), персональные продажи. Принципы Вундермана. Роль торговой марки, товарного знака и упаковки в продвижении товаров. Значение брендинга для продвижения товаров на рынке.

Связи с общественностью (Public Relations, PR). Отличие понятий «реклама», «пропаганда» и «PR». Основные элементы, коммуникативная схема, структура, формы, каналы передачи PR.

Способы связи с аудиторией. Участие в конгрессах, съездах, симпозиумах, научно-практических конференциях, выставках, формы участия, их цели и задачи. Виды презентаций. Почтовая рассылка в продвижении товаров (мейлинг). Сотрудничество с опинион-лидерами, их влияние на продвижение лекарственных средств.

Роль представителей производителей в продвижении лекарственных средств. Порядок и условия информирования медицинских и фармацевтических работников о лекарственных препаратах представителями производителей лекарственных препаратов, этические аспекты деятельности. Кодекс маркетинговой практики.

Методы стимулирования продаж. Семплинг и гиммики в продвижении товаров. Правила применения сувенирной продукции.

Влияние мероприятий мерчандайзинга на продвижение товаров.

### **3.12. Роль рекламы в продвижении лекарственных препаратов, медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента**

Реклама и ее роль в коммуникативной политике организаций. Цели, задачи и функции рекламы.

Нормативно-правовое регулирование рекламы в Республике Беларусь. Требования к рекламе лекарственных препаратов, изделий медицинского назначения, медицинской техники, биологически активных добавок к пище. Основные виды рекламной продукции. Механизм разработки рекламного обращения. Порядок согласования рекламы с Министерством здравоохранения Республики Беларусь. Оценка эффективности рекламы.

Специализированная реклама. Реклама рецептурных лекарственных препаратов в специализированных печатных изданиях. Перечень специализированных печатных изданий в Республике Беларусь. Реклама в средствах массовой информации для ОТС-сегмента фармацевтического рынка.

Создание рекламной печатной продукции. Влияние рекламы на выбор лекарственного препарата в аптеке. Плюсы и минусы применения рекламы.

### **3.13. Маркетинговое планирование в фармации. Стратегии маркетинга**

Понятие, значение, цель и задачи маркетингового планирования.

Концепция маркетингового планирования для аптечной организации и производственной организации. Процесс маркетингового планирования: идентификация проблемы, сбор и анализ информации, маркетинговый аудит, анализ окружающей среды и внешней рыночной среды. Анализ собственной маркетинговой деятельности организации. Метод SWOT-анализа: выявление сильных и слабых сторон, угроз и возможностей.

Стратегии маркетинга. Понятия массового, дифференцированного и целевого маркетинга (таргетинга). Дифференцированный маркетинг. Стратегии реализации товара (матрица И.Ансоффа). Диверсификация. Выбор стратегии в конкурентной борьбе. Стратегии в зависимости от доли рынка предприятия. Модель конкуренции М.Портера.

Разработка скоординированной комплексной программы для всех этапов жизненного цикла лекарственных средств, медицинских изделий, других товаров аптечного ассортимента (определение целевой аудитории, разработка товара, формирование цены, логистика, позиционирование, продвижение, поддержание спроса, прекращение производства).

### **3.14. Сбыт в системе маркетинга**

Комплекс мероприятий, реализуемых производственными и аптечными организациями, направленных на доведение продукта до потребителя. Факторы, влияющие на формирование потребности в лекарственных средствах. Методы научного прогнозирования потребности в лекарственных средствах. Прогнозирование потребности в лекарственных средствах широкого спектра действия, специфического действия и ограниченного потребления.

Разработка сбытовой политики аптечной организации. Системы B2B (business-to-business), B2C (business-to-consumer), B2G (business-to-government).

Ценовые и неценовые способы стимулирования сбыта. Применение цифровых технологий в маркетинге.

### **3.15. Маркетинг взаимоотношений на фармацевтическом рынке**

Теоретические основы маркетинга взаимоотношений. Характеристика потребителя, его роль и значение в маркетинге взаимоотношений. Исследование ценности потребителей. Использование CRM-системы (Customer relationship management) для работы с потребителями и партнерами. Сервисная составляющая при реализации товаров из аптек. Удовлетворенность потребителей как фактор поддержания взаимоотношений. Маркетинг взаимоотношений с поставщиками. Внутренний маркетинг аптечной организации.

### **3.16. Основы международного маркетинга**

Сущность и особенности международного маркетинга. Мотивы, риски и этапы выхода компании на зарубежные рынки. Стратегии проникновения организации на внешние рынки: экспортные, контрактные, инвестиционные. Факторы, влияющие на выбор стратегии. Международная маркетинговая среда, ее особенности. Экономические, политические, социально-культурные факторы внешней среды. Государственное регулирование внешнеторговой деятельности. Правовая среда международного маркетинга. Маркетинговые исследования зарубежных рынков. Разработка комплекса маркетинга на международном фармацевтическом рынке: товарная, ценовая, сбытовая, коммуникационная политики в международном маркетинге. Управление международным маркетингом.

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Литература

#### Основная:

1. Медицинское и фармацевтическое товароведение : учебник / под. ред. И. А. Наркевича. – Изд. группа «ГЭОТАР-Медиа». – 2022. – 528 с.
2. Фармацевтический маркетинг : учебник / под. ред. И. А. Наркевича, О. Д. Немятых. – Изд. группа «ГЭОТАР-Медиа». – 2023. – 624 с.
3. Медицинское и фармацевтическое товароведение : практикум для студентов фармацевтического факультета. В 2 ч. Ч. 1 / О. В. Мушкина [и др.]. – Минск : БГМУ, 2022. – 115 с.
4. Медицинское и фармацевтическое товароведение : практикум для студентов фармацевтического факультета. В 2 ч. Ч. 2 / О. В. Мушкина [и др.]. – Минск : БГМУ, 2022. – 79 с.

#### Дополнительная:

5. Киселева Л. Г. Медицинское и фармацевтическое товароведение [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. Г. Киселева ; Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Электронные данные. – Пермь, 2023. – 102 с.
6. Фармацевтический рынок Республики Беларусь: динамика и текущее состояние / С. Э. Ржеусский [и др.] // Вестник фармации. – 2022. – № 4 (98). – С. 25-30.
7. Дорофеева, Т. А. Регулирование рекламы лекарственных препаратов в Республике Беларусь / Т. А. Дорофеева, В. В. Кугач // Вестник фармации. – 2023. – № 1 (99). – С. 24-32.
8. Digital-маркетинг : учеб. пособие [Электронный ресурс] / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова ; Южный федеральный университет. – Ростов-наДону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. – 161 с.
9. Смирнов, В. Н. Маркетинг взаимоотношений и взаимодействий : учеб. пособие [Электронный ресурс] / В. Н. Смирнов ; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир : Изд-во ВлГУ, 2021. – 176 с.
10. Международный маркетинг и внешнеэкономическая деятельность : учебно-методическое издание [Электронный ресурс] / сост. О. А. Рожок. – Могилев. – 2022. – 43 с.

#### Нормативные правовые акты:

11. «О здравоохранении» : Закон Республики Беларусь от 18.06.1993 № 2435-XII : в редакции Закона Республики Беларусь от 20.06.2008 № 363-З : с изменениями и дополнениями.
12. «О рекламе» : Закон Республики Беларусь от 10.05.2007 № 255-З : с изменениями и дополнениями.

### Примерный перечень результатов обучения

В результате изучения учебной дисциплины «Фармацевтическое товароведение» студент должен

**знать:**

классификацию, принципы кодирования, требования к производству, порядок регистрации и особенности обращения медицинских изделий и других товаров аптечного назначения;

факторы, оказывающие влияние на формирование и сохранение качества медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента в процессе их производства, хранения, транспортирования, применения или эксплуатации;

требования к маркировке, упаковке и хранению медицинских изделий и других товаров аптечного назначения;

критерии оценки качества и безопасности медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента;

функциональные свойства приборов, инструментов, оборудования и других медицинских изделий;

порядок регистрации медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента;

порядок закупки медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента;

комплекс маркетинга и его характеристику;

методики анализа ассортимента лекарственных препаратов, медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента;

способы позиционирования товара и организации на рынке;

основные виды рекламной продукции;

**уметь:**

проводить товароведческую экспертизу медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента;

формировать ассортимент аптечных и производственных организаций;

проводить маркетинговые исследования фармацевтического рынка и интерпретировать полученные результаты;

сегментировать фармацевтический рынок по различным направлениям;

**владеть:**

методикой проведения товароведческой экспертизы;

методикой продвижения лекарственных препаратов, медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента на фармацевтическом рынке;

навыками консультирования медицинских работников и населения по вопросам хранения, применения и эксплуатации медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.

### Примерный перечень практических навыков

1. Определение соответствия упаковки характеру содержащихся медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.

2. Определение знаков маркировки медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.
3. Проведение приемки медицинских изделий и других товаров аптечного ассортимента.
4. Проведение товароведческой экспертизы медицинских изделий резиновых.
5. Проведение товароведческой экспертизы медицинских изделий полимерных.
6. Проведение товароведческой экспертизы перевязочных материалов и перевязочных средств.
7. Проведение товароведческой экспертизы медицинских изделий для ухода за пациентами.
8. Проведение товароведческой экспертизы ортопедических изделий.
9. Проведение товароведческой экспертизы медицинских изделий, предназначенных для контрацепции.
10. Проведение товароведческой экспертизы медицинских изделий офтальмологического назначения.
11. Проведение товароведческой экспертизы медицинских изделий отоларингологического назначения.
12. Проведение товароведческой экспертизы медицинских инструментов.
13. Проведение товароведческой экспертизы медицинской техники.
14. Проведение товароведческой экспертизы биологически активных добавок к пище.
15. Проведение товароведческой экспертизы минеральных вод.
16. Проведение товароведческой экспертизы детского питания и предметов детского обихода.
17. Проведение товароведческой экспертизы средств гигиены полости рта.
18. Проведение товароведческой экспертизы парфюмерно-косметической продукции.
19. Расчет показателей широты, глубины, насыщенности ассортимента аптеки.
20. Определение гармоничности ассортимента аптеки.
21. Проведение портфельного анализа ассортимента товаров аптеки на основе матрицы бостонской консалтинговой группы (BMG).
22. Проведение SWOT-анализа для повышения конкурентоспособности аптеки на фармацевтическом рынке.
23. Изучение ассортимента товаров аптеки с использованием ABC-XYZ анализа.

## СОСТАВИТЕЛИ:

Начальник учебно-научно-производственного центра «Фармация» учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет», кандидат фармацевтических наук, доцент

\_\_\_\_\_ В.В.Кугач

Заведующий кафедрой фармации факультета повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет», кандидат фармацевтических наук, доцент

\_\_\_\_\_ Г.А.Хуткина

Старший преподаватель кафедры фармации факультета повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет»

\_\_\_\_\_ Т.А.Дорофеева

Заведующий кафедрой организации и экономики фармации учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет», доктор медицинских наук, профессор

\_\_\_\_\_ А.В.Шульмин

Старший преподаватель кафедры фармации факультета повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет»

\_\_\_\_\_ Е.В.Игнатьева

Старший преподаватель кафедры организации и экономики фармации учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет»

\_\_\_\_\_ А.А.Карусевич

Доцент кафедры организации и экономики фармации учреждения образования «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет», кандидат фармацевтических наук, доцент

\_\_\_\_\_ С.Э.Ржеусский

Доцент кафедры организации и экономики  
фармации учреждения образования  
«Витебский государственный ордена Дружбы  
народов медицинский университет», кандидат  
фармацевтических наук, доцент

\_\_\_\_\_ Г.В.Адаменко

Старший преподаватель кафедры организации  
и экономики фармации учреждения  
образования «Витебский государственный  
ордена Дружбы народов медицинский  
университет»

\_\_\_\_\_ Н.Ю.Калмыкова

Оформление примерной учебной программы и сопроводительных документов  
соответствует установленным требованиям

Заместитель начальника Республиканского  
центра научно-методического обеспечения  
медицинского, фармацевтического  
образования – начальник отдела научно-  
методического обеспечения высшего  
медицинского и фармацевтического  
образования учреждения образования  
«Белорусский государственный медицинский  
университет»

\_\_\_\_\_ Е.И.Калистратова

Начальник учебно-методического отдела  
учреждения образования «Витебский  
государственный ордена Дружбы народов  
медицинский университет»

\_\_\_\_\_ А.В.Гайдукова