

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.В.ЛОМОНОСОВА»

ФИЛИАЛ МГУ В Г. ГРОЗНОМ

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора филиала – руководитель
образовательных программ

А. С. Воронцов



«__» 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины:

Основы PR в медицине и фармации

Уровень высшего образования:

Специалитет

Специальность:

33.05.01 Фармация

Направленность (профиль)/специализация образовательной программы:

Фармацевтические исследования и разработка

Форма обучения:

Очная

Москва 2024

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по специальности 33.01.05 Фармация, утвержденным приказом МГУ от 30.08.2019 № 1034.

Год (годы) приема на обучение_____

Автор-составитель: к.б.н., ст.н.с. ФФМ МГУ А.К. Ердяков

Аннотация рабочей программы дисциплины

Цель: расширить знания слушателей о современных PR-технологиях, используемых в медицине и фармации.

Задачи:

- охарактеризовать современные PR-технологии;
- дать представления об особенностях использования PR-технологий в медицине;
- дать представления об особенностях использования PR-технологий в фармации;
- охарактеризовать нормативно-правовую базу деятельности в сфере PR в медицине и фармации.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Основы PR в медицине и фармации реализуется в вариативной части учебного плана подготовки специалиста (дисциплина специализации по выбору студента).

Дисциплина изучается на 6 курсе в 11 семестре.

Объем дисциплины (модуля) составляет 2 з.е., в том числе

36 академических часов, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 36 ак.ч. – на самостоятельную работу студента.

Форма промежуточной аттестации

Зачет в 11 семестре

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина (модуль) «Основы PR в медицине и фармации» относится к вариативной части основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОПОП ВО) и является дисциплиной специализации по выбору студента.

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия (если есть):

Для изучения дисциплины (модуля) необходимо освоение следующих дисциплин и пройденных ранее курсов: Управление и экономика фармации, русский язык и культура речи, биоэтика.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
УК-4. Способен разрабатывать, реализовывать и управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла, предусматривать и учитывать проблемные ситуации и риски проекта	Индикатор УК-4.1. Разрабатывает, реализовывает и управляет проектом на всех этапах его жизненного цикла, предусматривает и учитывает проблемные ситуации и риски проекта	Уметь сформулировать цель проекта и задачи для ее достижения. Уметь разработать план реализации проекта, в том числе запланировать необходимые ресурсы и оценить возможные риски. Уметь выполнять запланированную последовательность действий для достижения результатов проекта. Владеть способностью предусматривать и учитывать проблемные ситуации и риски проекта. Уметь организовать мониторинг хода реализации проекта и при необходимости откорректировать действия для достижения результата. Владеть навыками представления результатов проекта или отдельных его этапов.
УК-14. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Индикатор УК-14.1. Принимает обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Знать основные экономические понятия и базовые принципы функционирования экономики. Уметь анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений. Владеть способами принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности.

<p>ОПК-1. Способен применять математические, физико-химические, химические и биологические методы для решения профессиональных задач в области разработки, исследования, экспертизы и изготовления лекарственных средств.</p>	<p>Индикатор ОПК-1.1. Применяет основные биологические методы анализа для разработки, исследований и экспертизы лекарственных средств, лекарственного растительного сырья и биологических объектов</p>	<p>Знает основные биологические методы анализа для разработки, исследований и экспертизы лекарственных средств, лекарственного растительного сырья и биологических объектов. Умеет применять основные биологические методы анализа для разработки, исследований и экспертизы лекарственных средств и лекарственного растительного сырья.</p>
<p>ОПК-3. Способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств.</p>	<p>Индикатор ОПК-3.1. Соблюдает нормы и правила, установленные уполномоченными органами государственной власти, при решении задач профессиональной деятельности в сфере обращения лекарственных средств</p>	<p>Знает нормы и правила, установленные уполномоченными органами государственной власти, при решении задач профессиональной деятельности в сфере обращения лекарственных средств. Умеет соблюдать нормы и правила, установленные уполномоченными органами государственной власти, при решении задач профессиональной деятельности в сфере обращения лекарственных средств.</p>
<p>ПК-2. Способен решать задачи профессиональной деятельности при осуществлении отпуска и реализации лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации;</p>	<p>Индикатор ПК -2.1. Проводит фармацевтическую экспертизу рецептов и требований-накладных, а также их регистрацию и таксировку в установленном порядке</p>	<p>Знает нормативную документацию, регламентирующую правила выписывания рецептов на различные категории лекарственных препаратов. Знает нормативную документацию, регламентирующую требования к оформлению рецептурных бланков. Знает нормативную документацию, регламентирующую правила приема, хранения и уничтожения рецептов. Знает правила таксировки рецепта. Знает максимальные разовые и суточные дозы приема лекарственных средств для взрослых пациентов и детей. Знает правила выписывания требований-накладных для лекарственного обеспечения пациентов лечебного учреждения. Умеет осуществлять фармацевтическую экспертизу рецептов для индивидуального изготовления лекарственных препаратов. Умеет вести регистрацию и надлежащее хранение</p>

		<p>рецептов в аптечной организации.</p> <p>Умеет рассчитывать разовую и суточную дозировку лекарственного препарата для взрослых пациентов и детей.</p> <p>Умеет проводить таксировку рецепта.</p> <p>Умеет осуществлять экспертизу требований-накладных на соответствие действующим нормативным актам.</p> <p>Владеет навыками проведения фармацевтической экспертизы рецептов.</p> <p>Владеет навыками таксировки рецепта на изготовление лекарственного препарата;</p> <p>Владеет расчетом дозировки лекарственного препарата, указанного в рецепте врача.</p> <p>Владеет навыками регистрации рецептов на бумажных и электронных носителях.</p>
--	--	---

4. Объем дисциплины (модуля) составляет 2 з.е.

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего, час.	В том числе	
			лекции	самостоятельная работа студента
1	История PR. Теория коммуникаций. Связи с общественностью в системе коммуникаций.	4	4	0
2	Нормативно-правовая основа PR и рекламы в медицине и фармации.	4	4	0
3	Маркетинговые исследования и позиционирование в медицине и фармации	4	4	0
4	Психология. Эффективность рекламы в медицине и фармации.	4	4	0
5	Брендинг. Фирменный стиль. Товарный знак. Интернет-продвижение.	4	4	0
6	Имиджмейкинг в медицине и фармации.	4	4	0
7	Копирайтинг. Взаимодействие со СМИ.	4	4	0
8	Стратегия продвижения и рекламная кампания в медицине и фармации.	4	4	0

9	Внутрикорпоративный PR. Психология делового общения и корпоративная культура.	2	2	0
10	Управление и планирование PR-деятельности.	2	2	0
Зачет		36		36
Итого		72	36	36

6. Фонд оценочных средств (ФОС, оценочные и методические материалы) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю).

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости, критерии и шкалы оценивания (в отсутствие утвержденных соответствующих локальных нормативных актов на факультете)

Зачет ставится по результатам посещения и защиты кейсов - доклада с презентацией.

Пример кейсового задания для зачета:

В городе (300 тыс. жителей) открывается новый медицинский центр, деятельность которого направлена на эстетическую медицину. Известно, что в городе уже есть два таких центра. Вы – руководитель PR-службы. Спланируйте свою деятельность и предложите PR-кампании на ближайший год. Сформулируйте целевые показатели и критерии их оценки.

Параметры оценочного средства

Критерии оценки:

«зачтено»: содержание презентации соответствует теме доклада, информация изложена четко и логично, является достоверной; включает примеры из практики; количество слайдов – в пределах 20; присутствует творческий, оригинальный подход. ИЛИ содержание презентации соответствует теме доклада, информация, в целом, изложена четко и логично, является достоверной.

В иных случаях – «незачет».

7. Ресурсное обеспечение:

Рекомендуемая литература

1. Гражданский кодекс [Электронный ресурс] // Консультант плюс. – 2020. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
2. Федеральный закон от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] // Консультант плюс. – 2020. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/
3. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» [Электронный ресурс] // Консультант плюс. – 2020. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
4. Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных» [Электронный ресурс] // Консультант плюс. – 2020. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/
5. Байкова И.А. Особенности связей с общественностью в современных маркетинговых коммуникациях // Петербургский экономический журнал. – № 1. – 2018. – 30 с.
6. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба / В.В. Ворошилов. – М.: Кно-Рус, 2019. – 224 с.
7. Вылегжанин Д.А. Теория и практика публич рилейшнз / Д.А. Вылегжанин. – М.: Ф, 2019. – 371 с.
8. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации / Д.П. Гавра. – М.: Юрайт, 2020. – 231 с.
9. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации / Е.Н. Голубкова. – М.: Юрайт, 2020. – 363 с.
10. Джефкинс Ф., Ядин Д. Публич рилейшнз / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017 – 416 с.
11. Домнин В.Н. Брендинг / В.Н. Домнин. – М.: Юрайт, 2020.– 493 с.
12. Дорский А.Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью / А.Ю. Дорский. – СПб: СПбГУ, 2019. – 216 с.

Описание материально-технического обеспечения.

Реализация дисциплины осуществляется в учебных аудиториях для проведения учебных занятий, предусмотренных данной учебной программой. Все учебные помещения укомплектованы техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации. (Лекции проводятся в аудитории, оснащённой проектором и компьютерным оборудованием для показа презентаций).