



МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет з підготовки іноземних громадян
Кафедра фармацевтичного менеджменту та
маркетингу

ПІДГОТОВКА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПРЕДСТАВНИКА

(назва освітньої компоненти)

РОБОЧА ПРОГРАМА освітньої компоненти

підготовки другий (магістерський) рівень

(назва рівня вищої освіти)

галузі знань 22 Охорона здоров'я

(шифр і назва галузі знань)

спеціальності 226 Фармація, промислова фармація

(код і найменування спеціальності)

освітньої програми Фармація

(найменування освітньої програми)

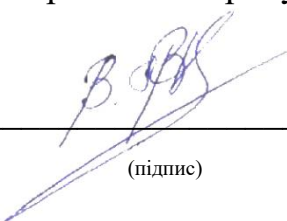
Робоча програма освітньої компоненти «Підготовка фармацевтичного представника» спеціальності «226 Фармація, промислова фармація» освітньої програми «Фармація» для здобувачів вищої освіти 4 курсу.

Розробники: ТКАЧОВА Оксана, проф. ЗВО кафедри, докт. фарм. наук, професор
ГЕРАСИМОВА Ольга, доцент ЗВО кафедри, канд. фарм. наук, доцент

Робоча програма розглянута та затверджена на засіданні кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу

Протокол від “30” серпня 2022 року № 1

Зав. кафедри


(підпис)

проф. Володимир МАЛИЙ

(прізвище та ініціали)

Робоча програма схвалена на засіданні профільної методичної комісії з економіко-управлінських дисциплін

Протокол від “30” серпня 2022 року № 1

Голова профільної комісії


(підпис)

проф. Алла НЕМЧЕНКО

(прізвище та ініціали)

Опис освітньої компоненти

Мова навчання: українська

Статус освітньої компоненти: вибіркова

Передумови вивчення освітньої компоненти: освітня компонента «Підготовка фармацевтичного представника» базується на вивченні студентами фармакології, організації економіки фармації, фармакотерапії з фармакокінетикою, що передбачає інтеграцію викладання з цими освітніми компонентами та формування умінь застосувати знання з освітньої компоненти «Підготовка фармацевтичного представника» в процесі подальшого навчання й у професійній діяльності.

Предметом вивчення освітньої компоненти «Підготовка фармацевтичного представника» є фармацевтичний представник, його знання та уміння, необхідні для роботи в фармацевтичній компанії.

Інформаційний обсяг освітньої компоненти. На вивчення освітньої компоненти відводиться **90** годин **3** кредита ECTS.

2. Мета та завдання освітньої компоненти

Метою викладання освітньої компоненти «Підготовка фармацевтичного представника» є підготовка для фармацевтичної галузі фахівців, що мають достатній об'єм теоретичних знань та практичних навичок для успішного просування лікарських засобів в умовах ринкової економіки.

Основними **завданнями** освітньої компоненти «Підготовка фармацевтичного представника» є:

- ознайомлення з роллю фармацевтичного представника на ринку праці та в сучасній системі охорони здоров'я;
- ознайомлення з переліком вимог, умінь та навичок, основних завдань, необхідних для роботи фармацевтичним представником;
- надання теоретичних знань та практичних навичок для проведення порівняльного аналізу лікарських засобів та аналізу конкурентного середовища;
- опрацювання навичок, необхідних для підготовки презентації в залежності від цільової аудиторії;
- ознайомлення з основами майстерності продажу;
- формування у здобувачів вищої освіти високих морально-етичних якостей, необхідних для успішної роботи фармацевтичним представником.

3. Компетентності та заплановані результати навчання

Освітня компонента «Підготовка фармацевтичного представника» забезпечує набуття здобувачами освіти **компетентностей**:

інтегральна:

здатність розв'язувати типові та складні спеціалізовані задачі і практичні проблеми у професійній фармацевтичній діяльності галузі охорони здоров'я на соціально-орієнтованих засадах або у процесі навчання, що передбачає проведення хімічних, біофармацевтичних, біомедичних, соціологічних та ін. досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог; інтегрувати знання, критично осмислювати та вирішувати складні

питання, приймати рішення у складних непередбачуваних умовах, формулювати судження за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності; зрозуміло і недвозначно доносити свої висновки та знання, розумно їх обґрунтовуючи, до фахової та нефахової аудиторії.

загальні:

ЗК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях, приймати обґрунтовані рішення.

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 10. Здатність до вибору стратегії спілкування, здатність працювати в команді та з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності.

спеціальні (фахові, предметні):

ФК 2. Здатність здійснювати консультування щодо рецептурних та безрецептурних лікарських засобів й інших товарів аптечного асортименту; фармацевтичну опіку під час вибору та реалізації безрецептурного лікарського засобу шляхом оцінки співвідношення ризик/користь, сумісності, показань та протипоказань керуючись даними про стан здоров'я конкретного хворого із врахуванням біофармацевтичних, фармакокінетичних, фармакодинамічних та фізико-хімічних особливостей лікарського засобу та інших товарів аптечного асортименту.

ФК 4. Здатність забезпечувати раціональне застосування рецептурних та безрецептурних лікарських засобів та інших товарів аптечного асортименту згідно з фізико-хімічними, фармакологічними характеристиками, біохімічними, патофізіологічними особливостями конкретного захворювання та фармакотерапевтичними схемами його лікування.

ФК 12. Здатність використовувати у професійній діяльності знання нормативно-правових, законодавчих актів України та рекомендацій належних фармацевтичних практик.

ФК 13. Здатність продемонструвати та застосовувати у практичній діяльності комунікативні навички спілкування, фундаментальні принципи фармацевтичної етики та деонтології, що засновані на моральних зобов'язаннях та цінностях, етичних нормах професійної поведінки та відповідальності відповідно до Етичного кодексу фармацевтичних працівників України і керівництв ВООЗ.

ФК 17. Здатність організовувати і здійснювати загальне та маркетингове управління асортиментною, товарно-інноваційною, ціновою, збутовою та комунікативною політиками суб'єктів фармацевтичного ринку на основі результатів маркетингових досліджень та з урахуванням ринкових процесів на національному і міжнародному ринках, управляти ризиками в системі фармацевтичного забезпечення.

Інтегративні кінцеві *програмні результати навчання* (ПРН), формуванню яких сприяє освітня компонента

ПРН 9. Здійснювати професійну діяльність використовуючи інформаційні технології, «Інформаційні бази даних», системи навігації, Internet-ресурси, програмні засоби та інші інформаційно-комунікаційні технології.

ПРН 10. Дотримуватися норм спілкування у професійній взаємодії з колегами, керівництвом, споживачами, ефективно працювати у команді.

ПРН 12. Аналізувати інформацію, отриману в результаті наукових досліджень, узагальнювати, систематизувати й використовувати її у професійній діяльності.

ПРН 14. Визначати переваги та недоліки лікарських засобів різних фармакологічних груп з урахуванням їхніх хімічних, фізико-хімічних, біофармацевтичних, фармакокінетичних та фармакодинамічних особливостей. Рекомендувати споживачам безрецептурні лікарські засоби та інші товари аптечного асортименту з наданням консультативної допомоги та фармацевтичної опіки.

ПРН 25. Сприяти збереженню здоров'я, зокрема профілактиці захворювань, раціональному призначенню та використанню лікарських засобів. Виконувати сумлінно свої професійні

обов'язки, дотримуватися норм законодавства щодо просування та реклами лікарських засобів. Володіти психологічними навичками спілкування для досягнення довіри та взаєморозуміння з колегами, лікарями, пацієнтами, споживачами.

ПРН 29. Забезпечувати конкурентоспроможні позиції та ефективний розвиток фармацевтичних організацій на основі проведеної дослідницької роботи за усіма елементами комплексу маркетингу.

У результаті вивчення освітньої компоненти здобувач вищої освіти повинен знати:

- якості, необхідні для роботи фармацевтичного представника;
- професійні обов'язки фармацевтичного представника;
- вимоги фармацевтичної компанії до фармацевтичного представника;
- психологічні типи співрозмовників;
- прийоми мотивації і самомотивації;
- важливі аспекти вербального та невербального ділового спілкування;
- принципи доказової медицини, які необхідні в роботі фармацевтичного представника;
- методи позиціонування, диференціації та брендингу при просуванні лікарських засобів;
- сучасні дані про стан світового і вітчизняного фармацевтичного ринку;
- принципи підготовки та проведення презентації для лікарів та провізорів;
- особливості просування лікарських засобів в аптечному / поліклінічному та госпітальному секторах;
- техніку візиту в поліклініку, стаціонар і аптеку (первинні і повторні візити).

вміти:

- складати резюме для працевлаштування на посаду фармацевтичного представника;
- проводити ділову бесіду з лікарем (провізором) із врахуванням його психотипу;
- використовувати вербальні та невербальні методи при діловому спілкуванні;
- визначати переваги лікарських засобів з метою їх успішного просування на фармацевтичному ринку;
- знаходити інформацію по доказах ефективності і безпеки лікарських засобів;
- розподіляти і оптимізувати час для роботи фармацевтичного представника.

володіти:

- технологією створення презентації з ефективності та безпеки певного лікарського засобу та її представлення для цільової аудиторії;
- арсеналом комунікативних технологій;
- технологією висвітлення переваг лікарських засобів як основною передумовою їх успішного просування.

4. Структура освітньої компоненти

Назви змістових модулів і тем	Обсяг у годинах					
	денна форма					
	усього	у тому числі				
		л	сем.	пз	лаб	с. р.
1	2	3	4	5	6	7
Змістовий модуль 1. Завдання, обов'язки та уміння, необхідні для професійної діяльності фармацевтичного представника						
Тема 1. Роль ФП у фармацевтичному бізнесі.	6	1		2		3

Тема 2. Роль мотивації у професійній діяльності ФП.	5	1		1		3
Тема 3. Психологічні аспекти спілкування у професійній діяльності ФП.	5	1		1		3
Тема 4. Основні принципи ефективного ділового спілкування в роботі ФП.	5	1		1		3
Тема 5. Важливі аспекти невербального спілкування, що впливають на результати роботи ФП.	5	1		1		3
Тема 6. Використання принципу доказовості і результатів фармакоекономічного аналізу при просуванні лікарських засобів на фармацевтичному ринку.	7	1		2		4
Тема 7. Висвітлення переваг лікарських засобів з метою їх успішного просування.	7	1		2		4
Тема 8. Майстерність успішної презентації лікарських засобів.	6	1		1		4
Контроль засвоєння змістового модуля 1	5			1		4
Разом за змістовим модулем 1	51	8		12		31
Змістовий модуль 2. Основи майстерності продажу						
Тема 9. Робота ФП з промоційними матеріалами, що необхідні для візуальної підтримки візиту.	7	1		2		4
Тема 10. Візит ФП до лікаря в поліклініку: підготовка, етапи, критерії оцінки ефективності.	7	1		2		4
Тема 11. Особливості візиту ФП до стаціонару.	6	1		1		4
Тема 12. Особливості роботи ФП в аптеці.	5,5	0,5		1		4
Тема 13. Принципи роботи ФП на виставці.	4,5	0,5		1		3
Контроль засвоєння змістового модуля 2	5			1		4
Разом за змістовим модулем 2	35	4		8		23
Семестровий залік	4			4		
Усього годин	90	12		24		54

5. Зміст програми освітньої компоненти

Модуль «Підготовка фармацевтичного представника»

Змістовий модуль 1. Завдання, обов'язки та уміння, необхідні для професійної діяльності фармацевтичного представника.

Тема 1. Роль ФП у фармацевтичному бізнесі.

Зовнішня служба фармацевтичної компанії: структура, роль, завдання. Можливі шляхи пошуку роботи. Підготовка резюме та принципи успішного проходження співбесіди. Завдання, обов'язки фармацевтичного представника та необхідні уміння для успішного виконання професійних обов'язків. Можливості самовдосконалення та професійного росту.

Тема 2. Роль мотивації у професійній діяльності ФП.

Мотивація: визначення поняття, види і типи мотивації, рівень мотивації. Загальноприйнята модель мотивації. Мотиваційний цикл. Стимули в роботі ФП. Маніпуляція: визначення поняття, характерні відмінності від мотивації. Об'єктивні причини негативної мотивації до професійної діяльності фармацевтичного (медичного) представника. Синдром «вигорання». Самомотивація як необхідна умова успішної професійної діяльності фармацевтичного представника. Прийоми підтримки власної мотивації до професійної діяльності. Роль мотивації в професійній діяльності ФП.

Тема 3. Психологічні аспекти спілкування у професійній діяльності ФП.

Поняття про типологію людей. Позитивні і негативні аспекти поділу людей на соціо-психологічні типи. Класифікація соціо-психологічних типів людей за Джеббом і Вілкінсом. Особливості спілкування з лікарями-клієнтами різних соціо-психологічних типів.

Тема 4. Основні принципи ефективного ділового спілкування в роботі ФП.

Ефективне ділове спілкування як основа фінансового успіху фармацевтичного представника. Види усного ділового спілкування. Основні етапи підготовки і правила проведення ділової бесіди. Прийоми активізації і управління увагою в діловому спілкуванні, необхідні для успішної роботи фармацевтичного представника. Правила переконання, їх застосування в діяльності фармацевтичного представника.

Тема 5. Важливі аспекти невербального спілкування, що впливають на результати роботи ФП.

Важливі аспекти невербального спілкування: міміка, жести, поза опонента та методи їх ефективного використання. Відпрацювання навичок артикуляції. Фактори, які можуть вплинути на перше враження лікаря про фармацевтичного представника. Універсальні прийоми побудови телефонної розмови і правила спілкування по телефону.

Тема 6. Використання принципу доказовості і результатів фармакоеконічного аналізу при просуванні лікарських засобів на фармацевтичному ринку.

Методи роботи з медичною літературою. Спеціалізовані Інтернет-ресурси. Основні принципи пошуку інформації. Вимоги до інформації, яку надає фармацевтичний представник: відповідність до дійсності, доказовість, конкурентоспроможність. Результати клінічних досліджень як джерело доказової інформації про ефективність і безпеку лікарських препаратів. Основні властивості якісного порівняльного випробування лікарських препаратів. Систематичний огляд і мета-аналіз. Інформаційні ресурси доказової медицини. Застосування результатів фармакоеконічного аналізу в роботі ФП при просуванні препарату на фармацевтичному ринку. Співставлення ефективності, безпечності та витрат (фармакоеконічних властивостей) препаратів-аналогів, висвітлення переваг препаратів.

Тема 7. Висвітлення переваг лікарських засобів як основна передумова їх успішного просування.

Значення диференціації як методу аналізу в роботі фармацевтичного представника. Диференціююча символізація. Визначальна роль позиціонування в діяльності фармацевтичного представника. Інформація, яку повинен містити «меседж» (заява про позицію препарату). Роль брендингу в діяльності фармацевтичного представника. Види брендів.

Тема 8. Майстерність успішної презентації лікарських засобів.

Презентація, визначення, мета, переваги і недоліки в порівнянні з іншими видами роботи ФП. Роль презентації в діяльності ФП. Основні частини презентації, основні закони і принципи успішної презентації. Введення, основні цілі введення, техніка досягнення цілей. Основна частина презентації, основні цілі, техніка їх досягнення. Висновок, основні цілі, техніка їх досягнення. Техніка «SPIN»: виявлення проблеми і подальше надання можливих варіантів вирішення проблеми.

Змістовий модуль 2. Основи майстерності продажу.

Тема 9. Робота ФП з промоційними матеріалами, що необхідні для візуальної підтримки візиту.

Роль візуальної підтримки візиту фармацевтичного представника. Види промоційних матеріалів в залежності від призначення, доказовості та наочності. Облік фармацевтичною компанією розповсюдження промоційних матеріалів від фармацевтичного представника. Характеристика промоційних матеріалів та їх функції в ході візиту фармацевтичного представника. Загальні правила роботи фармацевтичного представника з промоційними матеріалами. Підготовка промоційних матеріалів для демонстрації лікаря або провізора.

Тема 10. Візит ФП до лікаря в поліклініку: підготовка, етапи, критерії оцінки ефективності.

Планування та підготовка до візиту. Техніка візиту фармацевтичного представника. Ключові етапи візиту. Боротьба з запереченнями. Укладання угоди. Критерії оцінки ефективності візиту. Планування подальшої роботи з клієнтом. Створення клієнтської бази. Правило Парето. Способи класифікації клієнтів. Форми звітності.

Тема 11. Особливості візиту ФП до стаціонару.

Основні задачі фармацевтичного представника при підготовці візиту до стаціонару. Послідовність та мета візитів фармацевтичного представника до співробітників стаціонару. Особливості закупівлі медикаментів в стаціонарі. Складання довгострокового плану роботи фармкомпанії зі стаціонаром. Інформація щодо стаціонару, яку повинен вносити фармацевтичний представник до своєї бази даних.

Тема 12. Особливості роботи ФП в аптеці.

Оцінка привабливості аптеки як клієнта фармкомпанії. Обов'язки ФП при роботі в аптеці. Мета і завдання візитів ФП в аптеку. Робота ФП з персоналом аптеки. Правила проведення фармкружків в аптеці. POS-матеріали, які розміщуються в аптеці. Мерчандайзинг в аптеці. Законодавчі аспекти промоційної діяльності фармкомпаній в аптеках України. Забезпечення ФП постійного запасу своїх препаратів в аптеках. Критерії значимості закупівлі продукту, що просувається ФП препарату для аптеки. План і аналіз роботи з «ключовим клієнтом».

Тема 13. Принципи роботи ФП на виставці.

Основні функціональні обов'язки фармацевтичного представника при роботі на виставці. Розподіл фармацевтичним представником свого часу при підготовці до виставки. Основні складові робочого стенду виставки. Організація робочого місця фармацевтичного представника (стенду) на виставці. Правила роботи фармацевтичного представника на виставці. Мерчандайзинг на виставці.

Семестровий контроль модуля - залік.

6. Теми лекцій

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах
		денна форма
1	Тема 1. Роль ФП у фармацевтичному бізнесі.	1
2	Тема 2. Роль мотивації у професійній діяльності ФП.	1
3	Тема 3. Психологічні аспекти спілкування у професійній діяльності ФП.	1
4	Тема 4. Основні принципи ефективного ділового спілкування.	1
5	Тема 5. Важливі аспекти невербального спілкування, що впливають на результати роботи ФП.	1
6	Тема 6. Використання принципу доказовості і результатів фармакоеконімічного аналізу при просуванні лікарських засобів на фармацевтичному ринку.	1
7	Тема 7. Висвітлення переваг лікарських засобів з метою їх успішного просування.	1

8	Тема 8. Майстерність успішної презентації лікарських засобів.	1
9	Тема 9. Робота ФП з промоційними матеріалами, що необхідні для візуальної підтримки візиту.	1
10	Тема 10. Візит ФП до лікаря в поліклініку: підготовка, етапи, критерії оцінки ефективності.	1
11	Тема 11. Особливості візиту ФП до стаціонару.	1
12	Тема 12. Особливості роботи ФП в аптеці.	0,5
13	Тема 13. Принципи роботи ФП на виставці.	0,5
Усього годин		12

7. Теми семінарських занять

Не передбачені робочим навчальним планом

8. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах
		денна форма
1	Тема 1. Роль ФП у фармацевтичному бізнесі.	2
2	Тема 2. Роль мотивації у професійній діяльності ФП.	1
3	Тема 3. Психологічні аспекти спілкування у професійній діяльності ФП.	1
4	Тема 4. Основні принципи ефективного ділового спілкування.	1
5	Тема 5. Важливі аспекти невербального спілкування, що впливають на результати роботи ФП.	1
6	Тема 6. Використання принципу доказовості і результатів фармакоекономічного аналізу при просуванні лікарських засобів на фармацевтичному ринку.	2
7	Тема 7. Висвітлення переваг лікарських засобів з метою їх успішного просування.	2
8	Тема 8. Майстерність успішної презентації лікарських засобів.	1
9	Контроль засвоєння змістового модуля 1	1
10	Тема 9. Робота ФП з промоційними матеріалами, що необхідні для візуальної підтримки візиту.	2
11	Тема 10. Візит ФП до лікаря в поліклініку: підготовка, етапи, критерії оцінки ефективності.	2
12	Тема 11. Особливості візиту ФП до стаціонару.	1
13	Тема 12. Особливості роботи ФП в аптеці.	1
14	Тема 13. Принципи роботи ФП на виставці.	1
15	Контроль засвоєння змістового модуля 2	1
16	Семестровий залік з модуля	4
Усього годин		24

9. Теми лабораторних занять

Не передбачені робочим навчальним планом

10. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах
		денна форма
1	Тема 1. Роль ФП у фармацевтичному бізнесі.	3
2	Тема 2. Роль мотивації у професійній діяльності ФП.	3
3	Тема 3. Психологічні аспекти спілкування у професійній діяльності ФП.	3
4	Тема 4. Основні принципи ефективного ділового спілкування.	3
5	Тема 5. Важливі аспекти невербального спілкування, що впливають на результати роботи ФП.	3
6	Тема 6. Використання принципу доказовості і результатів фармакоеконімічного аналізу при просуванні лікарських засобів на фармацевтичному ринку.	4
7	Тема 7. Висвітлення переваг лікарських засобів з метою їх успішного просування.	4
8	Тема 8. Майстерність успішної презентації лікарських засобів.	4
9	Контроль засвоєння змістового модуля 1	4
10	Тема 9. Робота ФП з промоційними матеріалами, що необхідні для візуальної підтримки візиту.	4
11	Тема 10. Візит ФП до лікаря в поліклініку: підготовка, етапи, критерії оцінки ефективності.	4
12	Тема 11. Особливості візиту ФП до стаціонару.	4
13	Тема 12. Особливості роботи ФП в аптеці.	4
14	Тема 13. Принципи роботи ФП на виставці.	4
15	Контроль засвоєння змістового модуля 2	4
16	Семестровий залік з модуля	
Усього годин		54

Завдання для самостійної роботи

1. Пояснити, хто такий «фармацевтичний представник», в чому, полягає його робота.
2. Проаналізувати кваліфікаційні вимоги фармацевтичної компанії до пошукувача посади фармацевтичного представника та обов'язки, передбачені компанією для цієї посади.
3. Користуючись класифікацією психологічних типів за Джеббом і Вілкінсом, визначити свій психологічний тип та психологічний тип одного з товаришів по групі.
4. Визначити професійні якості фармацевтичного представника для його ефективної роботи.
5. Скласти «психологічний портрет» співрозмовника, щоб спілкуватися з ним на «його мові».
6. Провести пошук у медичних журналах і зробити вибір реклами 3-х лікарських засобів.
7. Використовуючи інтернет-ресурси з доказової медицини, знайти для одного з рекламованих ЛЗ посилання (джерело стосовно клінічного дослідження) та оцінити, як представлена інформація в клінічному дослідженні співвідноситься із заявленою в рекламі.

8. Провести пошук у медичних журналах, інтернет-ресурсах з доказової медицини інформації про клінічну ефективність та безпеку певного лікарського засобу.
9. Ознайомитися із загальною характеристикою антацидних засобів в статті «Чи вичерпали себе антациди?» Знайти в мережі Internet інструкцію до медичного застосування, необхідну для диференціації і позиціонування одного з антацидних засобів, зазначеного викладачем.
10. Знайти в мережі Internet інструкцію до медичного застосування, необхідну для диференціації і позиціонування одного з гепатотропних засобів, зазначеного викладачем.
11. Підібрати промоційний матеріал (брошуру, листівку або буклет) з певного ЛЗ для візиту до лікаря і до провізора. Опрацювати його, перевірити рівень підготовки з даного матеріалу.
12. Провести порівняльний аналіз препаратів: показати переваги препарату, зазначеного викладачем, за запропонованим алгоритмом.
13. Знайти всю необхідну інформацію для складання презентації, що стосується ефективності застосування звичайного і пегільованого інтерферону в лікуванні гепатиту С.
14. За допомогою довідкових матеріалів і системи Інтернет підібрати в місті стаціонарні установи, де можна просувати обраний ЛЗ. Оцінити потенціал цих установ за певними критеріями.
15. Відвідати аптеку, розташовану біля будинку. Оцінити її за наступними критеріями: місце розташування, зовнішній вигляд, оформлення вітрин, вхід в торговий зал, доглянутість навколишньої території, близькість крупних клінік. На підставі зібраної інформації зробити припущення, наскільки аптека є привабливою для просування, наприклад, антигіпертензивних лікарських засобів якої-небудь фармкомпанії.
16. Самостійно обрати препарат якої-небудь фарм. фірми. Відвідати аптеку, розташовану біля будинку. Оцінити, наскільки в аптеці реалізуються принципи мерчандайзингу взагалі і по відношенню до обраного ЛЗ конкретно. Сформулювати рекомендації для провізорів аптеки з оптимального розміщення обраного препарату.

11. Критерії та порядок оцінювання результатів навчання

Оцінка успішності здобувачів вищої освіти з освітньої компоненти «Підготовка фармацевтичного представника» є рейтинговою, виставляється за 100-бальною шкалою і має визначення за системою ECTS та за традиційною шкалою, що прийнята в Україні.

Оцінювання поточної навчальної діяльності проводиться на практичних заняттях: контроль теоретичної підготовки та практичних навичок. Контроль теоретичної підготовки тем освітньої компоненти передбачає опитування здобувачів вищої освіти протягом заняття та їх тестування наприкінці заняття. Контроль практичної підготовки – це вирішення ситуаційних завдань здобувачем вищої освіти під час аудиторної роботи. Оцінювання (в балах) відображені у календарно-тематичних планах практичних занять.

Кількість балів, які отримує здобувач вищої освіти на практичному занятті складає від 3 до 5 балів.

Критерій оцінювання	Кількість балів
	на практичних заняттях
Теоретична підготовка - дав вичерпні відповіді на теоретичні питання викладача; - показав всебічні та глибокі знання теоретичного матеріалу відповідно до питань теми, що викладено у посібнику та лекції за темою заняття; - демонструє знання з додаткової літератури за темою заняття; - при тестуванні дав вірні відповіді на 90-100 % тестових завдань	5
Теоретична підготовка	4

- дав відповіді на теоретичні питання з неточностями і помилками, які усунув за допомогою викладача; - добре засвоїв теоретичний матеріал відповідно до питань теми, що викладено у посібнику та лекції за темою заняття; - при тестуванні дав вірні відповіді на 75-89 % тестових завдань	
Теоретична підготовка - дав непереконливі відповіді на теоретичні питання викладача, з помилками, які не зміг усунути за допомогою викладача; - опанував теоретичний матеріал відповідно до питань теми, що викладено у посібнику та лекції за темою заняття, але додаткові питання викликають невпевненість або відсутність стабільних знань; - при тестуванні дав вірні відповіді на 60-74 % тестових завдань	3
Теоретична підготовка - не відповідав на теоретичні питання викладача; - не опанував теоретичний матеріал відповідно до питань теми, що викладено у посібнику та лекції за темою заняття; - при тестуванні дав вірні відповіді менш, ніж на 59 % тестових завдань	0-2,99

Контроль засвоєння змістових модулів 1 та 2 (ЗМ1 та ЗМ2) проводиться на останніх заняттях вивчення тем змістових модулів. Засобом діагностики знань здобувачів освіти під час контролю ЗМ1 та ЗМ2 є тестовий контроль та контроль теоретичних знань. До контролю засвоєння змістового модулю допускаються ті здобувачі освіти, які виконали всі види робіт, передбачені робочою програмою, набрали необхідну кількість балів і відпрацювали пропущені заняття.

Сума балів за вивчення змістового модуля складає суму балів, яку здобувач вищої освіти отримав за вивчення тем змістового модуля на заняттях та за складання контролю змістового модулю.

Мінімальна сума балів за контроль ЗМ 1 складає 12 балів, максимальна – 20 балів. Мінімальна сума балів за контроль ЗМ 2 складає 12 балів, максимальна – 20 балів.

Контроль засвоєння змістового модуля		
Змістовий модуль	Мінімальна кількість балів	Максимальна кількість балів
1	12	20
2	12	20

Структура білета для контролю змістового модуля 1: 2 теоретичних питання та 20 тестових завдань. Структура білета для контролю змістового модуля 2: 2 теоретичних питання та 20 тестових завдань.

Оцінювання тестових завдань на ЗМ 1: 1 вірна відповідь складає 0,5 балу. 20 тестів $\times 0,5 = 10$ балів.

Оцінювання тестових завдань на ЗМ 2: 1 вірна відповідь складає 1 бал. 20 тестів $\times 1 = 20$ балів.

Оцінювання кожного теоретичного питання:

Бали		Національна шкала	Критерії оцінювання
ЗМ1	ЗМ2		
5	5	відмінно	виставляється здобувачу вищої освіти, який при відповіді на питання продемонстрував всебічні, систематизовані, глибокі знання програмного матеріалу відповідно до питань теми, що викладено у посібнику та лекції за темою заняття; демонструє знання з додаткової літератури за темою заняття.

4-4,99	4-4,99	добре	виставляється здобувачу вищої освіти, який дав відповіді на теоретичні питання з неточностями і помилками, які усунув за допомогою викладача; добре засвоїв теоретичний матеріал відповідно до питань теми, що викладено у посібнику та лекції за темою заняття.
3-3,99	3-3,99	задовільно	виставляється здобувачу вищої освіти, який дав непереконливі відповіді на теоретичні питання викладача, з помилками, які не зміг усунути за допомогою викладача; опанував теоретичний матеріал відповідно до питань теми, що викладено у посібнику та лекції за темою заняття, але додаткові питання викликають невпевненість або відсутність стабільних знань.
0-2,99	0-2,99	незадовільно	виставляється здобувачу вищої освіти, який не відповів на теоретичні питання викладача; не опанував теоретичний матеріал відповідно до питань теми, що викладено у посібнику та лекції за темою заняття.

12.Форми поточного та семестрового контролю успішності навчання

- 1) тестовий контроль;
- 2) вирішення ситуаційних завдань;
- 3) контроль теоретичних знань.

Форма контролю успішності навчання - семестровий залік.

Схема нарахування та розподіл балів

Поточне тестування та самостійна робота												Сума балів
Змістовий модуль 1							Змістовий модуль 2					
Т 1	Т 2, 3	Т 4, 5	Т 6	Т 7	Т 8	Контроль ЗМ 1	Т 9	Т 10	Т 11	Т 12, 13	Контроль ЗМ 2	
5	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	30	100

T1, T2 ... T13 – теми змістових модулів.

Результати семестрового контролю у формі семестрового заліку оцінюються за 100-бальною шкалою, за шкалою ECTS та за недиференційованою шкалою (зараховано, не зараховано).

100-бальна шкала, рейтингова шкала ECTS та недиференційована шкала

Сума балів	Шкала ECTS	Оцінка за недиференційованою шкалою
90-100	A	зараховано
82-89	B	
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	
35-59	FX	не зараховано
1-34	F	

13. Методичне забезпечення

1. Навчальна програма освітньої компоненти.
2. Робоча програма освітньої компоненти.
3. Силабус освітньої компоненти.
4. Календарно-тематичні плани лекцій та практичних занять.
5. Мультимедійні презентації курсу лекцій з освітньої компоненти.
6. Навчальний посібник для аудиторної та самостійної роботи здобувачів освіти.
7. Методичні розробки до практичних (семінарських) занять для викладачів.
8. Перелік теоретичних питань до змістового модульного контролю 1-2.
9. Білети до контролю змістових модулів 1-2 з відповідями.
10. Білети до комплексної контрольної роботи з відповідями.

14. Рекомендована література

Основна

1. Підготовка фармацевтичного представника : навч. посіб. / Л. В. Яковлева [та ін.] ; під заг. ред. проф. Л. В. Яковлевої. – Харків : НФаУ, 2018. – 284 с.

Допоміжна

1. Гандапас Р. Камасутра для оратора. К.: Моноліт Bizz, 2018. – 272 с.
2. Етика ділових відносин : навчальний посібник / [Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбівська О. Б. та ін.] – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 309 с.
3. Москаленко В. Ф. Методологія доказової медицини : підручник / В. Ф. Москаленко, І. Є. Булах, О. Г. Пузанова. – Київ : Медицина, 2014. – 199 с.
4. Підготовка фармацевтичного представника : метод. рек. з підготовки до підсумкового модульного контролю здобувачів вищої освіти денної, вечірньої та заоч. форми навчання / Л. В. Яковлева, О. В. Ткачова; НФаУ, каф. фармакоелектрофізіології. - Х. : НФаУ, 2019. – 19 с.
5. Rajat Saha. YOU CAN Be a Medical Representative. Notion Press Media Pvt Ltd; 1st edition, 2016. – 188 p.

15. Інформаційні ресурси, у т.ч. в мережі Інтернет

1. Академія Медпредставника – <http://academy.medrep.com.ua>
2. Державний експертний центр Міністерства охорони здоров'я України (підрозділи: стандартизація медичної допомоги; формулярна система забезпечення лікарськими засобами) – <https://dec.gov.ua/>
3. Медичні представники – обличчя фармацевтичної компанії [Електронний ресурс] // Щотижневик Аптека. – 2013. – № 41. – Режим доступу: <http://www.apteka.ua/> (дата звернення 16.10.2022). – Назва з екрана.
4. Накази Міністерства охорони здоров'я України – <https://moz.gov.ua/nakazi-moz>
5. Промоція лікарських засобів в умовах діючого законодавства [Електронний ресурс] // Щотижневик Аптека. – 2014. – № 5. – Режим доступу: <http://www.apteka.ua/> (дата звернення: 22.10.2022). – Назва з екрана.
6. Сайт наукової бібліотеки НФаУ – <http://lib.nuph.edu.ua/>
7. Семерна К. Особливості аптечного мерчандайзингу [Електронний ресурс] // К. Семерна // Рецепти аптечних продажів. – 2021. – № 12. – Режим доступу: <https://www.rap.in.ua/osoblivosti-aptechnogo-merchandajzingu/> (дата звернення: 10.10.2022). – Назва з екрана.