

**Кемеровская государственная
медицинская академия**

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

Кемерово - 2006

ГОУ ВПО Кемеровская государственная медицинская академия
Федерального агентства по здравоохранению и социальному развитию

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

Методические рекомендации и контрольные задания
для студентов 5 курса заочного отделения
фармацевтического факультета

Кемерово - 2006

Петров Г.П. Информационное обеспечение фармацевтического бизнеса: методические рекомендации для студентов 5 курса заочного отделения фармацевтического факультета. – Кемерово, 2006. – 55 с.

Методические указания предназначены для самостоятельной работы студентов 5 курса заочного отделения фармацевтического факультета и могут служить дополнительным методическим материалом к имеющейся в распоряжении студентов литературы.

Рецензенты:

Кульпина Т.Г. - зав. кафедрой фармации КемГМА, доцент;

Кузнецова О.П. - директор аптеки «Гомеопатическая аптека», к.ф.н.

Актуальность темы

Перед современным фармацевтическим образованием стоит серьезная задача подготовки специалистов – менеджеров для работы в рыночных условиях. Знание теоретических закономерностей, зарубежного и отечественного опыта управления аптекой, а также действующей законодательной и нормативной базы позволит эффективно выполнять служебные обязанности, возложенные на работников управленческого труда.

Ориентация деятельности фармацевтических организаций на рынок требует от руководителей осознанного преобразования организационно-экономической структуры, знания настоящего и будущего фирмы, то есть разработки стратегии, качественно новой организации и управления информационными ресурсами.

В настоящее время во всех отраслях возрастает решающая роль информации как основы в производстве материальных благ и услуг.

Быстрое увеличение числа лекарственных препаратов и интенсивный обмен в международном масштабе, изменение экономических условий и установление рыночных отношений, смещение акцента в деятельности аптечной службы с приготовления на приобретение, хранение и распределение лекарственных препаратов и на пациента, проблема рационального использования ассортимента лекарственных средств, интеграция деятельности провизоров в рамках системы медицинского обслуживания, возрастающая доступность новых и сложных по действию лекарственных препаратов вызывает необходимость получения широких знаний в области фармацевтической информации.

Изучение курса позволит подготовить специалистов, способных объективно и профессионально оценивать информацию о лекарственных средствах и представлять ее различным категориям потребителей.

Общие указания

В соответствии с учебным планом каждый студент, изучающий дисциплину «Управление и экономика фармации» должен выполнить контрольную работу по фармацевтической информации в виде реферата по 1 из 10 предложенных тем. При выполнении данной работы студент углубляет свои теоретические знания по вопросам информации, развивает способности по обобщению материала, его систематизации. Не следует включать в работу материалы, не имеющие прямого отношения к данной теме.

Основой для выполнения контрольной работы являются учебные пособия, монографии, публикации в литературе, законодательные акты.

Задания для практических занятий.

Занятие №1

Тема: Документальные источники научной фармацевтической информации.

Блок информации

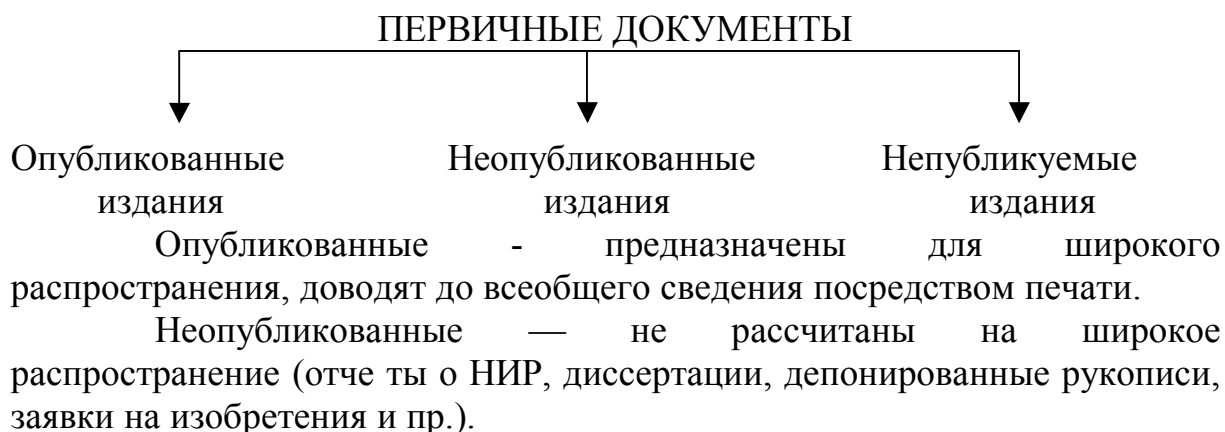
Современные темпы развития науки обусловили колоссальный объем научной информации. Провизору, осуществляющему информационное обслуживание специалистов здравоохранения и населения, необходимо уметь обрабатывать документальные источники информации, знать правила работы над текстом. Работа с литературой — творческий процесс, важный этап к проведению собственных исследований по изучаемой проблеме. "Выбор чужих мыслей требует работы собственной мысли" (Жан Лабрюйер).

Термин "документ" определяется ГОСТом 16487-83 как материальный объект с информацией, закрепленной созданным человеком способом для ее передачи и во времени, и в пространстве.

Документы, как источники информации, делятся на два вида: первичные и вторичные.

Первичный — документ, содержащий исходную информацию (ГОСТ 6.10.2-83), вторичный документ является результатом аналитико-синтетической переработки (ГОСТ 7.27-80) одного или нескольких первичных документов.

Деление это условно, поскольку оно относится в основном к самой научной информации, а не к документам, в которых она содержится. Исторически сложившаяся система такова, что многие из них включают в себя одновременно и результаты научных исследований, и переработку прежних сведений, содержащихся в ранее опубликованных документах (например статьи в научных журналах, монографии, справочная литература).



Информационное издание — издание, содержащее систематизированные сведения о документах (опубликованных, неопубликованных, непубликуемых), либо результат анализа и обобщения сведений, представленных в первоисточниках. Информационное издание выпускается организацией, осуществляющей научно-информационную деятельность, в том числе органами НТИ.

Реферативное издание - информационное издание, содержащее упорядоченную совокупность библиографических записей, включающих рефераты.

Обзорное издание - информационное издание, содержащее публикацию одного или нескольких обзоров, включающих результаты анализа и обобщения представленных в источниках сведений.

ЦЕЛЬ РАБОТЫ. Научиться умению определять вид первичных документов и проводить аналитико-синтетическую переработку информации первичных документов.

ЗАДАЧИ. Научиться умению:

1. Определять вид и осуществлять классификацию первичных документов
2. Проводить аналитико-синтетическую переработку информации (АСПИ)
 - 2.1. Составлять библиографическое описание (БО) документов
 - 2.2. Осуществлять аннотирование на любой источник информации
 - 2.3. Составлять реферат на основе типовой схемы построения

ВОПРОСЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ И КОРРЕКЦИИ ИСХОДНОГО УРОВНЯ ЗНАНИЙ

1. Найдите правильный ответ. Первичные документы (ПК) классифицируют на:

- а) Опубликованные б) Неопубликованные в) Непубликуемые

2. Найдите соответствия. Издания классифицируются:

- | | | | |
|---------------------|--------------------|-------------------|--------------|
| 1. По видам | а) Моноиздания | б) Сборники | в) Авторские |
| 2. По структуре | г) Непериодические | д) Периодические | |
| 3. По периодичности | е) Официальные | ж) Продолжающиеся | |

3. Найдите правильный ответ. Непериодические издания:

а) Выходят через неопределенные промежутки времени, неповторяющимися по содержанию, однотипно оформленными выпусками.

б) Выходят через определенные промежутки времени, повторяющимися по содержанию, однотипно оформленными выпусками.

3. Выходные данные в. Номер тома, количество страниц
 4. Кол-ые характеристики г. Место издания, издательство, год издания

9. Подберите соответствия: Вторичный документ - Его характеристика

- | | |
|-------------------------------|--|
| Вторичный документ | Характеристика элемента БО |
| 1. Библиографическое описание | а) Краткая характеристика ПД (содержание, назначение, форма и др.) |
| 2. Аннотация | б) Сокращенное изложение содержания ПД с основными факт. сведениями и выводами |
| 3. Реферат | в) Сводная характеристика вопроса, извлеченная из нескольких ПД |
| 4. Обзор | г) Совокупность приведенных по определенным правилам сведений о ПД, необходимых и достаточных для его характеристики и идентификации |

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

(Выполняются по вариантам, предложенным преподавателем)

ЗАДАНИЕ 1. ОПРЕДЕЛИТЬ ВИД И ОСУЩЕСТВИТЬ КЛАССИФИКАЦИЮ ПЕРВИЧНЫХ ДОКУМЕНТОВ

Для успешного выполнения задания используйте схему классификации документов (См. лекцию). Учесть данные, представленные в таблице 1.1.

Таблица 1.1

Вариант	Первичные документы
1.	1. Учебное пособие Е.Е.Лоскутовой, З.А.Савельевой, З.И.Зайцевой Финансово-экономический анализ деятельности аптечного предприятия Выпущено в Москве издательством "МЦФЭР" в 1999 году на 176 стр. 2. Журнал "Новая аптека" за 1999 год, выпуск N 5, Москва. (Статья Е.А.Максимкиной на стр. 30-32. Анализ финансово-экономической деятельности аптечной организации)
2.	1. Учебное пособие Г.Ф.Лозовой, П.В.Лопатина, Г.Т.Глембоцкой Менеджмент фармацевтической организации. Выпущено в Уфе издательством "БГМУ" в 1999 году на 182 стр. 2. Журнал "Экономический вестник фармации" за сентябрь 1999 года. Москва. (Статья И.В.Косовой, Н.В.Потяговой на стр. 88-89. Изучение рынка биологически активных добавок к пище в Московском регионе)
3.	1. Монография С.Г.Сбоевой, Е.Е.Лоскутовой, Т.П.Лагуткиной Летопись российской фармации. XX век. Выпущена в Москве издательством "Химия и бизнес" в 2000 году на 304 стр. 2. Сборник материалов международной конференции "Российская фармация от национализации к приватизации развитие по спирали" за 1999 год, Москва. (Статья З.А.Савельевой, З.И.Зайцевой, Е.Е.Лоскутовой на стр. 62. Рыночная экономика и социальная сфера)

Пример	<p>1. Учебное пособие Л.А.Лобутевой, П.В.Лопатина, Л.П.Чековой Организация фармацевтической помощи: системный маркетинговый подход. Выпущено в Москве издательством "ВУНМЦ МЗ РФ" в 1999 году на 174 стр.</p> <p>2. Журнал "Фармация" за 1999 год, выпуск N 4, Москва. (Статья Л.А.Лобутевой, Р.С.Тарасенко на стр. 33-40. Изучение особенностей проведения рекламной кампании седативных лекарственных препаратов растительного происхождения на фармацевтическом рынке Москвы)</p>
--------	--

АЛГОРИТМ ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ 1

1 ЭТАП. Определить вид документа: Первичный (код 1), Вторичный (код 2)

1.1 Для документа 1.

Например Это ПЕРВИЧНЫЙ документ: содержит исходную информацию (код 1)

Вариант N Это..... документ:..... (код .)

1.2 Для документа 2.

Например Это ПЕРВИЧНЫЙ документ: содержит исходную информацию (код 1)

Вариант N Это документ:(код .)

2 ЭТАП. Определить вид первичного документа: Опубликованный (код 1), Неопубликованный (код 2), Непубликуемый (код 3)

2.1 Для документа 1.

Например ОПУБЛИКОВАННЫЙ: доводится до всеобщего сведения через печать (код 1)

Вариант N(код .)

2.2 Для документа 2.

Например ОПУБЛИКОВАННЫЙ: доводится до всеобщего сведения через печать (код 1)

Вариант N(код .)

3 ЭТАП. Провести классификацию издания по виду: Авторское (код 1), официальное (код 2)

3.1 Для документа 1.

Например АВТОРСКОЕ: авторы пособия Л.Лобутева,П.Лопатин,Л.Чекова (код 1)

Вариант N(код .)

3.2 Для документа 2.

Например АВТОРСКОЕ: содержит статьи конкретных авторов (код 1)

Вариант N(код .)

4 ЭТАП. Провести классификацию издания по периодичности: Периодическое (код 1), Непериодическое (код 2),Продолжающееся (код 3)

4.1 Для документа 1.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2 (Вариант N 2)

Изучение рынка биологически активных добавок к пище в московском регионе.

И.В. Косова, Н.В. Потягова.

В настоящее время на фармацевтическом рынке Москвы появилось множество биологически активных добавок к пище (БАД). Нами были проведены маркетинговые исследования БАД. Объектами исследования послужили 46 аптек Москвы, торговый дом "Лавка жизни" и сеть киосков "Лавка жизни". В ходе эксперимента изучалась ассортиментная и ценовая политика на рынке БАД, основные поставщики БАД, анализировалось потребительское поведение на рынке БАД. Анализ ассортиментной политики позволил установить, что БАД появились в ассортименте обследованных аптек с 1990 года, но основная масса аптек (6%) реализуют их только последние три года. В основном на московском рынке преобладают БАД импортного производства (74%). В аптеках БАД чаще всего реализуются через отделы безрецептурного отпуска. Проведенный подсчет удельного веса БАД в ассортименте отдела безрецептурного отпуска показал, что в прошлом году он составил в среднем 3.6%. В ассортименте киосков "Лавка жизни" БАД составляют 50-80%. Анализ ценовой политики показал, что в различных аптеках она ориентирована на разные цели. В одних аптеках уровень торговой надбавки при формировании розничной цены на БАД достаточно постоянен (24-32%). В других - значение розничной торговой надбавки возрастает до 55%. Далее нами были сопоставлены средние цены на БАД в аптеках с ценами торгового дома "Лавка жизни". Для сопоставления цен рассчитывался индекс цен, который составил в 1998 г. по сравнению с 1997 г. от 110% в одних аптеках до 208% в других. Для изучения потребительского поведения на рынке БАД было проведено социологическое исследование покупателей. Результат анкетирования показали, что основной группой потребителей БАД являются женщины (59%). Одновременно установлена недостаточная степень подготовленности лиц, реализующих БАД. Анкетирование аптечных работников показало, что фармацевты не владеют полной информацией о БАД. Проведенные исследования позволили сделать аптекам конкретные рекомендации по совершенствованию ассортиментной, ценовой, кадровой политики при реализации БАД.

Примечание. Данная статья приведена с сокращениями.

Отпечатано редакционно-издательским отделом
ГОУ ВПО КемГМА Росздрава

650029, Кемерово,
ул. Ворошилова, 22а.
Тел./факс. +7(3842)734856;
epd@kemsma.ru



Подписано в печать 23.01.2006
Гарнитура таймс. Тираж 300 экз.
Формат 21×30½ У.п.л. 3,2.

Отпечатано с готового оригинал-макета
Лицензия ЛР №21244 от 22.09.97