

«УТВЕРЖДАЮ»

Заведующий кафедрой УЭФ и МФТ
д.ф.н., доц. _____ Л.М. Ганичева
Протокол № _____
«__» _____ 2022 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

**К ЗАНЯТИЮ СЕМИНАРСКОГО ТИПА
ПО ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМУ МАРКЕТИНГУ**

4 курс, фармацевтический факультет

*Направление подготовки 33.05.01 «Фармация»
(уровень специалитета)*

Семинарское занятие №13

ТЕМА «Потребители рецептурных лекарственных средств. Роль фармацевтического работника на рынке рецептурных препаратов.»

»

Министерство Здравоохранения РФ
ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный медицинский университет»
Кафедра УЭФ, МФТ
Фармацевтический маркетинг
4 курс 7 семестр

Тема «Потребители рецептурных лекарственных средств. Роль фармацевтического работника на рынке рецептурных препаратов.»

Цель занятия: Ознакомиться с отличиями субрынка ЛС рецептурного отпуска от субрынка ОТС-препаратов, определить потребителя рецептурных лекарственных средств. Дать характеристику основным субъектам выбора рецептурных препаратов и инструментам маркетингового воздействия на них. Определить роль фармацевтического работника на рынке рецептурных препаратов.

Общепрофессиональные компетенции:

способность осуществлять профессиональную деятельность с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств (ОПК-3).

Профессиональные компетенции:

способность решать задачи профессиональной деятельности при осуществлении отпуска и реализации лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации (ПК-2); способность принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации (ПК-6), готовность к осуществлению квалифицированной фармацевтической помощи населению, пациентам медицинских организаций, работ, услуг по доведению лекарственных препаратов, медицинских изделий, других товаров, разрешенных к отпуску в аптечных организациях, до конечного потребителя.

Студент должен знать:

Основные функции потребителя на Rx-рынке, субъекты выбора рецептурных препаратов и инструменты маркетингового воздействия на них; основные факторы, влияющие на выбор врачом рецептурного препарата. Роль провизора аптеки при реализации рецептурного препарата: формирование ассортимента; замены препаратов, информационно-консультационная деятельность. Взаимосвязь ОТС- и Rx-рынков. Инструменты и средства маркетингового воздействия со стороны компаний–производителей на специалистов здравоохранения.

Студент должен уметь:

использовать на практике маркетинговые инструменты при формировании ассортимента ЛП рецептурного отпуска; при реализации рецептурных препаратов через осуществление замены препаратов и через информационно-консультационную деятельность.

Место проведения: учебная аудитория.

Продолжительность занятия: 135 мин

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ. ХРОНОКАРТА ЗАНЯТИЯ

№	Элемент	Время, мин
1.	Организация занятия.	5
2.	Вступительное слово преподавателя. Определения цели занятия.	10
	Выявление исходного уровня знаний (входной контроль)	15
3.	Обсуждение основных вопросов занятия, выполнение индивидуальных заданий, ситуационных задач	75
4.	Проведение итогового уровня знаний (тестирование) и проверка итогового уровня знаний	15
5.	Обсуждение и подведение итогов занятия Выводы по теме	10
6.	Задание к следующему занятию и рекомендации по подготовке.	5

Используемые образовательные технологии, способы и методы обучения, формы организации образовательной деятельности: регламентированная дискуссия (РД), дистанционные образовательные технологии (Дот).

Формы текущей аттестации: входной контроль по контрольным вопросам, собеседование, решение ситуационных задач, тестирование (выходной контроль).

Оснащение рабочего места:

1. Лекционный материал.
2. Учебные пособия.
3. Интернет-ресурсы.

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

1. Характеристика и отличие субрынков ЛС рецептурного отпуска от субрынков ОТС-препаратов.
2. Основные функции потребителя на Rx-рынке.
3. Основные субъекты выбора рецептурных препаратов и инструменты маркетингового воздействия на них.
4. Врач, как главный субъект выбора рецептурных препаратов
5. Факторы, влияющие на выбор врачом рецептурного препарата.
6. Инструменты и средства маркетингового воздействия со стороны компаний–производителей на специалистов здравоохранения.
7. Роль фармацевтического работника на рынке рецептурных препаратов. Фармацевтическая практика, фармацевтическая помощь, фармацевтические услуги. Определение понятий.
8. Роль провизора(фармацевта) аптеки при реализации рецептурного препарата: формирование ассортимента, замены препаратов, информационно-консультационная деятельность.
9. Взаимосвязь ОТС- и Rx-рынков.

Тестовый контроль (для оценки выходного уровня)
к занятию № 13« Потребители рецептурных лекарственных средств. Роль
фармацевтического работника на рынке рецептурных препаратов.»
4 курс 7 семестр

1. Перечислить основные субъекты выбора рецептурных препаратов.

-А. Пациенты.

-Б. Медицинские представители.

- В.Фармацевты.

- Г.Врачи.

- Д.Компании-производители.

Е Регуляторно-финансирующие органы

2. Какие Вы знаете инструменты маркетингового воздействия на субъекты выбора рецептурных препаратов:

А.медицинские представители,

Б. реклама,

В. опинион-лидеры,

Г. мерчандайзинг,

Д.клинические исследования.

3. Перечислите основные факторы ,влияющие на выбор врачом рецептурного препарата:

А. личностные и базовые профессиональные характеристики,

Б. информация и реклама,

В. отношение к конкретному препарату,

Г. прямая ангажированность врача,

Д.внешние ограничения.

4. Какая роль провизора в выборе рецептурного препарата?

А. формирование ассортимента;

Б. генерическая замена отсутствующих в продаже ЛС;

В. директ-маркетинг;

Г. консультационно-информационная деятельность.

5. Продолжите определение фармацевтическая помощь -...

А. ответственное предоставление лекарственной терапии, базирующееся на сотрудничестве фармацевтов с другими представителями системы здравоохранения и пациентами, с целью достижения конкретных результатов, которые приводят к повышению эффективности и безопасности проводимой фармакотерапии, улучшают или поддерживают качество жизни пациентов, предупреждают, выявляют и решают проблемы, связанные со здоровьем и использованием лекарств.

Б - деятельность фармацевтических работников, направленная на обеспечение системы здравоохранения и населения фармацевтической продукцией,на облегчение поиска необходимых товаров, их выбора покупателем и увеличение привлекательности аптечной организации,

В. комплекс мероприятий по продвижению товара ,которые приводят к повышению эффективности и безопасности проводимой фармакотерапии, улучшают или поддерживают качество жизни пациентов, предупреждают, выявляют и решают проблемы, связанные со здоровьем.

6. Профессиональные функции фармацевтического работника при консультировании пациента при отпуске безрецептурных ЛП:

А. настоятельный совет обратиться к врачу

Б. предупреждение не применять лекарства, ориентируясь на советы не специалистов, а рекламу в СМИ

В. генератором спроса является промежуточный потребитель – врач

Г. совет отказаться от приобретения лекарства, если в этом нет очевидной необходимости

Д. интегрирование информации, относящейся к ЛП, с информацией о самом пациенте

Е. Предоставление исчерпывающей информации в соответствии с инструкцией по медицинскому применению

7. Профессиональные функции фармацевтического работника при консультировании пациента при отпуске рецептурных ЛП:

- А. использовать правило оптимальности.

- Б. предотвращение возможности применения одновременно 2-х или более ЛП одного и того же состава.

- В. работа по замене препарата, в случае его отсутствия, высокой цены, синонимичным (дженериком).

Г. определение правильности понимания пациентом режима дозирования и назначений врача.

Д. информационно-консультационное сопровождение по хранению ЛП в домашних условиях.

8. Мотивы принятия решения о переводе фармацевтической фирмой ЛП из категории рецептурных в категорию безрецептурных :

А. рост самомедикации (безрецептурный режим применения ЛС) ,

Б. воздействовать на внедрение новых ЛП,

В. создание общезначимого брэнда с вытекающим преимуществом (возможным только на ОТС-рынке) ,

Г. высокий рекламный потенциал ЛП,

Д. оригинальный ЛП теряет рыночную долю(бесприбыльный) при массовом выходе на рынок препаратов-дженериков.

9. Проблемы, вытекающие при принятии решения фармфирмой перевода ЛП с Rx-рынка на ОТС-рынок:

А. воздействовать на внедрение новых ЛП;

Б. медицинские трудности применения препарата в безрецептурном режиме;

В. нехватка опыта работы на ОТС-рынке;

Г. вытеснение безрецептурным препаратом своего рецептурного прототипа;

Д. утрата режима выписки ЛП по льготным рецептам;

Е. малый размер рынка.

10. Укажите варианты применения рекламы, как инструмента продвижения рецептурных препаратов, для специалистов:

А. рекламные объявления в профессиональных печатных изданиях;

Б. интерьерная реклама(постеры и др. элементы оформления служебных помещений МО и АО);

В.уголок потребителя АО;
Г. напоминающая реклама на сувенирной продукции;
Д. фирменные издания (брошюры по продуктам, буклеты) для медицинских работников.
Е.торговый зал, зона кассы АО.

Список рекомендуемой литературы

Основная литература:

1. Маркетинг в фармации: методология исследований фармацевтического рынка: учебное пособие для вузов / Е.О. Трофимова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 121 с. (Высшее образование) – Текст : непосредственный.

2. Карасев А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ [Текст] : учебник и практикум для приклад. бакалавриата, студентов вузов по экон. направлениям и спец. / А.П. Карасев. - М. :Юрайт, 2017. - 322, [2] с. : ил., табл. - (Бакалавр. Прикладной курс). - Рек. УМО высш. образования. - Библиогр. : с. 322-323. - ISBN 978-5-534-03594-0 : 646-61.2.

3. Рычкова Н. В. Маркетинговые инновации [Текст]: учеб. пособие по спец. "Маркетинг" / Н.В. Рычкова. - М. : КНОРУС, 2016. - 225, [1] с. : ил., табл. - Рек. Советом УМО вузов России по образованию в области менеджмента. - Библиогр. : с. 224-226. - ISBN 978-5-406-04487-2 : 414-00.

4. Максимова И. В. Маркетинг в здравоохранении [Текст] : учеб. пособие, для спец. 080200 - Менеджмент. Ч. 1 / И.В. Максимова; ВолгГМУ Минздрава РФ. - Волгоград : Изд-во ВолгГМУ, 2015. - 147, [5] с. : ил. - Авт. на тит. л. не указан. - Рек. ЦМС ВолгГМУ (протокол № 2 от 28.01.2015 г.). - Библиогр. в конце тем. - http://library.volgmed.ru/Marc/MObjectDown.asp?MacroName=%CC%E0%EA%F1%E8%EC%EE%E2%E0_%CC%E0%F0%EA%E5%F2%E8%ED%E3_%E2_%E7%E4%F0%E0%E2%EE%EE%F5%F0_%D7.1_2015&MacroAcc=A&DbVal=47. - ISBN 122-16 : 122-16.

5. Ойнер О. К. Управление результативностью маркетинга [Текст] : учебник для бакалавров и магистров, студентов вузов, обучающихся по экон. направлениям и специальностям / О.К. Ойнер; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2015. - 350, [1] с. : ил. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - Рек. УМО высш. образования. - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-5-9916-4637-6 : 616-99.

6. Фармацевтический маркетинг [Текст] : учебник для студентов, обучающихся по спец. 060108 (040500) - Фармация / А.Ю. Юданов [и др.]; Фин. акад. при Правительстве РФ, ММА им. И. М. Сеченова. - М. : Ремедиум, 2008. - 606 с. :цв. ил. - Рек. УМО по мед. и фарм. образов. вузов России. - Библиогр. : с. 572. - 385-00.

6. Управление и экономика фармации : учебник / под ред. И. А. Наркевича. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2021. Режим доступа:
<https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970468630.html>

Дополнительная литература:

- 1 Управление и экономика фармации [Текст]: учебник для студентов, обучающихся по спец. 040500 "Фармация": в 4 т. Т. 1: Фармацевтическая деятельность. Организация и регулирование / [Косова И. В., Лоскутова Е. Е., Лагуткина Т. П. и др.] ; под ред. Е. Е. Лоскутовой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Академия, 2008. - 392 с. : ил. . (Высшее профессиональное образование. Медицина).
- 2 Петрова Н. Г. Основы медицинского менеджмента и маркетинга [Текст] : учеб. пособие по спец. 060109 "Сестринское дело" / Н.Г. Петрова, И.В. Додонова, С.Г. Погосян. - СПб. : ФОЛИАНТ, 2013. - 350, [2] с. : ил. - Рек. ГБОУ ВПО 1-й Моск. гос.

- мед. ун-т им. И. М. Сеченова. - Библиогр. : с. 350-351. - ISBN 978-5-93929-237-5 : 250-00
- 3 Мерчандайзинг в аптечной организации [Текст] : / Каминская И. А., Куркин Д. В., Ганичева Л. М., Озеров А. А. ; ВолгГМУ Минздрава РФ. - Волгоград :ВолгГМУ, 2014. - 77, [3] с. : ил.
 - 4 Ключников А. В. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Ключников А. В. - М.: Советский спорт, 2010. - 172 с. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/>
 - 5 Меркулова Е.В. Особенности продаж безрецептурных препаратов: Учебное пособие для студентов фармацевтических факультетов/ под редакцией д.ф.н. Ганичевой Л.М. - Волгоград: Изд-во ВолгГМУ, 2008. – 110 с. <http://volgmed.ru> (кафедра УЭФ и МФТ).
 - 6 Основы фармацевтического маркетинга: учеб. пособие / И.А. Каминская, Д.В. Куркин. – Волгоград, 2012. – 40 с.
 - 7 Федеральный закон РФ №3-ФЗ от 08.01.1998 “О наркотических средствах и психотропных веществах(дейст. ред.)
 - 8 Федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»(ред.от02.07.2021г.)
 - 9 . Федеральный закон от 12.04.2010 № 61«Об обращении лекарственных средств» (дейст. ред.)

Информация для студентов.

Роль фармацевтического работника на рынке рецептурных препаратов

Для того чтобы расставить приоритеты в деятельности аптечных работников, понять роль и место профессии в обществе, системе здравоохранения, необходимо в первую очередь дать ответ на вопрос, кем является провизор (фармацевт) – дипломированным продавцом лекарств и сопутствующей продукции или все же сертифицированным специалистом (лицензированного учреждения), оказывающим профессиональные консультации по применению лекарственных препаратов и других аптечных товаров, в том числе и при их отпуске (продаже, реализации).

Пациент должен приобретать лекарство, будучи проинформирован врачом.

Сложившаяся ситуация в здравоохранении нашей страны нередко приводит к тому, что потребители обращаются в аптеку, минуя врача

Следует отметить, что в качестве потребителей информационных услуг выступают медицинские работники. В цепочке взаимоотношений: врач – аптека (провизор, фармацевт) – пациент именно аптечным работникам отводится роль связующего звена.

В своей профессиональной деятельности провизор (фармацевт) должен:

- уважительно относиться к врачам и медицинским работникам;
- консультировать врачей по вопросам выбора и назначения наиболее эффективных лекарственных средств, их свойствах, побочных действиях и т.д. и предоставлять им информацию;
- информировать врача об имеющихся товарах аптечного ассортимента;
- доводить до сведения материалы о нормативном регулировании оборота и учета ЛС.

Предоставление информации о лекарственных препаратах (ЛП) населению является прямой обязанностью специалиста аптеки, закрепленной в ряде правовых и нормативных документов, так как от этого в большой степени зависит эффективность фармакотерапии.

Профессиональные функции фармацевтического работника при консультировании посетителей (пациентов) при отпуске ЛП по рецепту врача.:

❖ **Отпуск ЛП по рецепту**

- Предотвращение возможности применения одновременно 2-х или более ЛП одного и того же состава (при отпуске рецептурных ЛП есть очень важное обстоятельство, которое требует пристрастного выяснения перечня ЛП, которые принимал или принимает больной человек. ЛП выписываются в рецепте по МНН.)
- Работа по замене препарата, в случае его отсутствия или высокой цены, синонимичным (дженериком), что не исключает дополнительной консультации с врачом.
- Рекомендация перед покупкой ознакомиться с инструкцией (некоторые пациенты прочитав дома инструкцию отказываются от лечения и пытаются вернуть лекарство в аптеку. О невозможности возврата ЛП пациент должен быть проинформирован работником аптеки.
- Выяснение правильности понимания пациентом режима дозирования и назначений врача
- Информационно-консультационное сопровождение по хранению ЛП в домашних условиях.

❖ **Отпуск безрецептурных ЛП (ОТС-препараты).**

1. Провизор обязан помнить о том, что прием любого ЛП связан с риском. Необходимо учитывать особенности пациента, обратившегося за консультацией, постараться узнать истинные мотивы обращения за помощью.

2. Оказывая информационно-консультационную услугу, фармацевтический работник должен быть готов защитить свои действия или оправдать их, если в интересах пациента было необходимо поступить тем или иным образом.

3. Если при рецептурном отпуске ЛС пациент, как правило, уже располагает полученной от врача информацией о диагнозе и причине назначения ЛС, о правильном его применении, то в случае отпуска ЛП без рецепта врача за информирование пациента полностью отвечает работник аптеки.

Профессиональные функции фармацевтического работника при консультировании пациентов при отпуске безрецептурных ЛП:

- Настоятельный совет обратиться к врачу (приём лекарства может замаскировать серьезную патологию).
- Предупреждение не применять лекарства, ориентируясь на советы не специалистов и рекламу в СМИ («что помогло Вашим близким или друзьям, не обязательно поможет Вам»).
- Совет отказаться от приобретения лекарства, если в этом нет очевидной необходимости (фармацевты хорошо осведомлены о не медикаментозных методах лечения).

- Интегрирование информации, относящейся к ЛП, с информацией о самом пациенте (например, наличие вредных привычек — курение, злоупотребление алкоголем, сопутствующие хронические заболевания).
- Предоставление исчерпывающей информации в соответствии с инструкцией по медицинскому применению.

В составе фармацевтической практики ключевое место стала занимать *фармацевтическая помощь*, сфокусированная на пациентах («пациент-ориентированная» фармацевтическая практика). Фармацевтическую помощь стали рассматривать как продолжение медицинской помощи и отход от сложившейся практики, когда фармацевт только отпускал назначенные врачом лекарства, осуществив формальный контроль соответствия назначений принятым нормативным требованиям и дав пациенту стандартные рекомендации.

В традиционных взаимоотношениях между врачом и фармацевтом ответственность за результаты фармакотерапии возлагается на врача. В рамках предоставления фармацевтической помощи фармацевт берет на себя моральные обязательства за благополучие пациента и разделяет с врачом ответственность за исход лечения. Фармацевт активно вмешивается в процесс фармакотерапии, его действия направлены на рациональное использование лекарственных средств, повышение его эффективности, улучшение экономических показателей лечения. При этом основная сфера ответственности фармацевта лежит в области обеспечения безопасности проводимой лекарственной терапии.

Фармацевтическая помощь включает консультирование по вопросам фармакотерапии пациентов и медицинских работников, предоставление наиболее полной информации о лекарствах, участие в индивидуальном подборе препаратов, доз и курсов лечения для конкретных пациентов (консультации и рекомендации врачам), формирование приверженности (комплаентности¹) пациентов к назначенному лечению, мониторинг состояния больного в ходе фармакотерапии, определение противопоказаний, выявление, предупреждение и коррекцию побочных эффектов. Фармацевт действует в рамках своих компетенций в тесном сотрудничестве с врачами и другими специалистами системы здравоохранения. Он также непосредственно взаимодействует с пациентом.

Разработанный совместно с пациентом план фармакотерапии способствует формированию ответственного отношения пациента к его выполнению и повышает эффективность и безопасность лечения. Следование пациента назначенной фармакотерапии имеет принципиальное значение в случае использования антимикробных средств, противоопухолевой химиотерапии, длительного лечения хронических заболеваний и др.

Оказание фармацевтической помощи предполагает наличие у фармацевта современных компетенций в области клинической фармации, занимающей в настоящее время центральное место в подготовке специалистов в области фармации во всем мире. Клиническая фармация требует не только глубоких знаний в области фармакологии и фармакотерапии, доказательной медицины и фармакоэкономики, но и знания основ этиологии и патогенеза различных заболеваний. Эти знания особенно важны для клинических фармацевтов¹, работающих в больницах и отделениях неотложной помощи и являющихся равноправными членами медицинских команд, участвующих в выборе фармакотерапии, ее мониторинге, коррекции режима дозирования.

Несмотря на то что фармацевтическая помощь ассоциируется прежде всего с деятельностью клинических фармацевтов, она также получает все более широкое распространение в амбулаторной практике, поскольку позволяет пациенту находиться в

контакте и под наблюдением специалиста вне стен лечебного учреждения, обеспечивает непрерывность и преемственность лечения после выписки пациента из больницы.

-Помимо лекарственных средств фармацевтическая помощь охватывает также сферу применения медицинских изделий. В широком смысле концепция фармацевтической помощи распространяется также на консультирование населения по вопросам самолечения и использования безрецептурных препаратов, а также на консультации по вопросам профилактики заболеваний, пропаганде здоровья и здорового образа жизни.

Важной функцией фармацевтов, непосредственно связанной с оказанием фармацевтической помощи конкретным пациентам, является сбор информации о побочных эффектах лекарств в рамках действующей на национальном уровне системы фармаконадзора .

Работники аптек легкодоступны для контактов и воспринимаются населением, как эксперты в области лечения различных заболеваний и использования лекарств, как доверительный источник информации и практических советов. Исследования, обобщающие результаты внедрения фармацевтической помощи в стационарную и амбулаторную практику в ряде развитых стран, свидетельствуют о ее вкладе в снижение числа побочных эффектов при использовании лекарств, улучшение качества жизни пациентов, снижение заболеваемости и смертности. Продвижение концепции фармацевтической помощи дает также положительные экономические результаты, в частности, это происходит благодаря повышению эффективности расходов на лекарственную терапию, а также более рациональному использованию кадровых ресурсов в системе здравоохранения (при передаче ряда компетенций от врачей фармацевтам).

Далее приведены определения фармацевтической практики, фармацевтической помощи, фармацевтических услуг:

Фармацевтическая практика (pharmaceutical practice) - деятельность фармацевтических работников, направленная на обеспечение системы здравоохранения и населения фармацевтической продукцией, фармацевтическими услугами и фармацевтической помощью.

Фармацевтическая помощь (pharmaceutical care) - ответственное предоставление лекарственной терапии, базирующееся на сотрудничестве фармацевтов с другими представителями системы здравоохранения и пациентами, с целью достижения конкретных результатов, которые приводят к повышению эффективности и безопасности проводимой фармакотерапии, улучшают или поддерживают качество жизни пациентов, предупреждают, выявляют и решают проблемы, связанные со здоровьем и использованием лекарств.

Фармацевтические услуги (pharmaceutical services) - весь перечень услуг, предоставляемых специалистами с фармацевтическим образованием, направленных на поддержку оказания фармацевтической помощи; включают услуги по обеспечению фармацевтической продукцией, информационные услуги и коммуникации, направленные на укрепление здоровья населения, консультирование по вопросам использования лекарств.