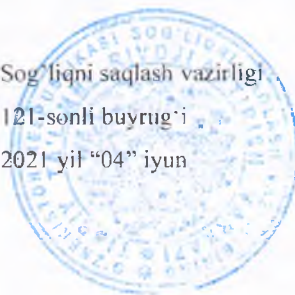


O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI SOG'LIQNI SAQLASH VAZIRLIGI

Ro'yxatga olindi:
№ BD - 5510500 - 3.02
2021 yil "04" iyun

Sog'liqni saqlash vazirligi
121-sonli buyrug'i
2021 yil "04" iyun



**FARMATSEVTIKADA BOSHQARUV
MODUL DASTURI**

Bilim sohasi: 500000 - Sog'liqni saqlash va ijtimoiy ta'minot

Ta'lim sohasi: 510000 - Sog'liqni saqlash

Ta'lim yo'nalishi: 5510500 - Farmatsiya (Farmatsiya ishi)

TOSHKENT – 2021

Tuzuvchilar:

- Umarova Sh.Z. Farmatsevtika ishini tashkil qilish kafedrası mudiri
proff., f.f.n.
- Sultanova G.A. Farmatsevtika ishini tashkil qilish kafedrası dotsenti, f.f.n.
- Sadikova N.A. Farmatsevtika ishini tashkil qilish kafedrası,
katta o'qituvchi

Taqrizchilar:

- Iskandarova Sh.F. Toshkent farmatsevtika instituti Farmatsevtik
malakasini ishirish fakulteti "Farmatsevtika ishini tashkil
qilish va farmatsevtik texnologiya" kafedrası mudiri.
dots., f.f.d.
- Ashurov A.A. O'zRSSH Farmatsevtika tarmog'ini rivojlantirish
agentligi Toshkent vaksina va zardoblar ilmiy tadqiqot
instituti direktori, farmatsevtika fanlari nomzodi

Modul dasturi Toshkent farmatsevtika institutida ishlab chiqilgan.

Modul dasturi Toshkent farmatsevtika instituti Kengashida ko'rib
chiqilgan va tavsiya qilingan 2021 yil "26" maydagi "10" - sonli bayonnoma.

Modul dasturi O'zbekiston Respublikasi Sog'liqni saqlash vazirligi
tibbiyot va farmatsevtika uzluksiz kasbiy ta'limi muassasalararo
Muvofiqlashtirish kengashining 2021 yil "13" apreldagi "3" - sonli
bayonnomasi bilan ma'qullangan.

O'zbekiston Respublikasi Sog'liqni saqlash vazirligining 2021 yil
"4" iyundagi "121"- sonli buyrug'ining 1-ilovasi bilan modul dasturi
tasdiqlangan.

1. O'quv modulining dolzarbligi va oliy ta'limdagi o'rni

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 5 iyundagi PQ-3775-sonli "Oliy ta'lim muassasalarida ta'lim sifatini oshirish va ularning mamalakatda amalga oshirilayotgan keng qamrovli islohatlarda faol ishtirokini ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi, PQ-4310-"Tibbiyot va farmatsevtika ta'limi va ilm-fani tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorlarini ijrosini ta'minlash maqsadida, yuqori malakali kadrlarni tayyorlash ilmiy asoslangan javob beruvchi dasturni ishlab chiqishni taqozo etmoqda.

Farmatsevtikada boshqaruv moduli mutahassislik fanlari modullar bloki tarkibida bo'lib, talabalarni Farmatsevtika tashkilotlarida boshqaruv tizimi va marketing asoslari bo'yicha bilim va ko'nikmalarining shakllanishi uchun zarurdir.

Farmatsevtikada boshqaruv moduli yuqori malakali farmatsevt-mutaxassislarini tayyorlashda asosiy modullardan biri bo'lib, bu talabalar tomonidan farmatsevtlik menejment va marketingga oid bilimlarni egallash, farmatsevtika boshqaruv tizimining o'ziga xos xususiyatlari to'g'risida tushunchani shakllantiradi.

2. O'quv modulining maqsadi va vazifalari

2.1. Modulning maqsadi:

9-semestr: Hamma sohalar, tarmoqlar kabi farmatsevtikada raqobatning o'sib borishi sharoitida dori vositalarini ishlab chiqaruvchi, savdosi bilan shug'ullanuvchi firmalar bozorda o'z mavqeini saqlab qolish, uni rivojlantirish, yangi bozorlarga chiqish, raqobatbardoshlikka erishish, yangi dori vositalarini iste'molchilarga taqdim etish kabi maqsadlarga erishish borasida tashkilotni zamon talabiga mos ravishda boshqarish alohida ahamiyatga egadir.

Farmatsevtika faoliyatini zamonaviy talablar asosida tashkil etish uchun malakali boshqaruvchi kadrlarni tayyorlash zarur bo'lib, ushbu maqsadga erishish uchun Farmatsevtikada boshqaruv mutaxassislik moduli bo'yicha bilim va ko'nikmalarni shakllantirish asosida respublika aholisi va davolash-profilaktika muassasalarini dori vositalari va tibbiyot buyumlariga bo'lgan talabini qondirishda samarali boshqaruv tizimini shakllantirish va uni rivojlantirishdir.

10-semestr: Farmatsevtika bozorida marketingning o'ziga xos xususiyatlari. Farmatsevtik marketing funksiyalari, korxonalarda marketing tizimini tashkil etish, farmasevtika bozorida raqobatning turlari, kommunikativ siyosatni amalga oshirishda reklamaning ahamiyati, O'zbekiston Respublikasida farmatsevtika bozor infratuzilmasi, uning shakllanishi va o'ziga xos xususiyatlari, farmatsevtika bozorining kon'yukturasi tushunchalarini o'rgatish hamda ularni amaliyotda tatbiq etish ko'nikmasini hosil qilishdan iborat.

2.2. Modulning vazifalari:

9-semestr: ushbu maqsadga erishish uchun bilim va ko'nikmalarni shakllantirish asosida respublika aholisi va davolash-profilaktika muassasalarining dori vositalari va tibbiyot buyumlariga bo'lgan talabini qondirishda samarali boshqaruv tizimini shakllantirish va uni rivojlantirish nazarda tutiladi.

10-semestr: Marketing xizmatining tashkiliy tuzilmasi. Marketing axborot tizimini tashkil qilishda marketingni tashkil qilishning modellari. Farmasevtik marketing bo'limining funksiyalari va marketing rejasi, mahsulotlar raqobatbardoshligining ko'rsatkichlari, dori vositalarining reklamasining funksiyalari, savdo belgisi tushunchasi, marketing tizimida tovarning hayotiy davri tushunchalarini shakllantirishdan iboratdir.

2.3. Modul bo'yicha talabalarning bilim, ko'nikma va malakalariga qo'yiladigan talablar:

9-semestr yakunida

Talaba:

- Farmatsevtikada boshqaruv mohiyati;
- boshqaruv qarorlarini qabul qilish jarayoni va bosqichlari;
- rahbarlik uslublari va ularning qo'llanishi to'g'risida **tasavvurga ega bo'lishi**;
- xodimlar bilan ishni tashkillashtirish, kadrlar boshqaruvi;
- boshqaruvning funksiyalari;
- dorixona muassasalari va farmatsevtik korxonalarini boshqarish usullarini
- farmatsevtik tovarlar narx siyosatini belgilashni **bilish va ulardan foydalana olishi**;
- turli mulkchilik shaklidagi dorixonalar, farmatsevtik tashkilotlarni boshqarish tizimini tashkillashtirishni bilishi;
- farmatsevtik boshqaruv muammolarining tahlili
- Xalqaro sifat standartlari (GMP, GLP, GCP, GPP, GDP, ISO 9001)
- istemolchilarning turi, talab va taklif tushunchalari bo'yicha **ko'nikmalarga ega bo'lishi kerak.**

10-semestr yakunida

Talaba:

- marketing tushunchasi va uning rivojlanish nazariyasi;
- korxonalarda marketing tizimini tashkil etish;
- farmasevtika bozorida raqobatning turlari bo'yicha **tasavvurga ega bo'lishi**;
- farmatsevtika bozorining kon'yukturasi;
- farmatsevtika bozori segmentatsiyasi;
- Farmatsevtik tashkilotlar marketingining makromuxiti;
- Farmatsevtik tashkilotlar marketingining mikromuxitini **bilish va**

ulardan foydalana olishi;

- farmatsevtikada marketing boshqaruvi
- bozor infratuzilmasi
- Marketing – miks ko'nikmalarga ega bo'lishi kerak.

3. Asosiy qism

3.1. Moduldagi ma'ruza mashg'ulotlari mavzulari va mazmuni, tashkil etish bo'yicha umumiy ko'rsatma va tavsiyalar:

9-semestr

1-mavzu. Modulga kirish. Farmatsevtika tizimini boshqarishda boshqaruv asoslari va tamoyillari. Dorixona muassasalarini boshqarish

Boshqaruv asoslarini nazariy rivojlanishi. Farmatsevtika tizimini va faoliyatini ta'minlashda boshqaruvining o'rni. Farmatsevtikada boshqaruv tizimining shakllanishi va rivojlanishi. Farmatsevtik tashkilotlarini boshqarishda zamonaviy yondashuv. Boshqaruv tizimidagi munosabatlar, rivojlanish qonuniyatlari va tamoyillari, ma'muriy boshqaruv ishini tashkil qilish. Farmatsevtik korxonalar boshqaruvida qo'llaniladigan tamoyillarni amalga oshirish. Farmatsevtik tashkilotlarni boshqarish tizimini shakllantirishda boshqarish maqsadi, uning turlari, mohiyati, boshqarish funksiyalari.

2-mavzu. Farmatsevtika tashkiloti-boshqaruv ob'ekti sifatida

Tashkilot tushunchasi. Tashkilotning hayotiy davri. Tashkilotning ichki va tashqi muhiti. Tashkilot pritsiplari. Boshqaruv va tashkil qilish asosi. Farmatsevtik tashkilotning xossalari. Farmatsevtik tashkilotni faoliyatini reglamentatsiyasi. Farmatsevtik tashkilotning rasmiy munosabatlarining asosiy sharoiti.

3-mavzu. Farmatsevtika tashkilotida kadrlar boshqaruvi asoslari

Boshqaruv madaniyati va rahbarlik uslublarini mohiyati, turlari farmatsevtika ishlab chiqarish korxonalarida rahbarning qo'ygan maqsad va vazifalariga erishishda rahbarlik qilish o'rni. Zamonaviy boshqaruvchining vakolati va tashkilot boshqaruvchi vakolatlarining markazlashuv darajasi. Boshqaruvchiga qo'yiladigan talablar.

Farmatsevtik tashkilotlarining mexnat resurslarini boshqarish. Kadrlar boshqaruvi va xodimlarni boshqarish tizimi. Farmatsevtik tashkilotlarning xodimlari va ularning tasniflanishi. Farmatsevt xodimlari attestatsiyasi. Farmatsevt xodimlarini o'qitish va malakasini oshirish.

4-mavzu. Farmatsevtika boshqaruvi tizimida ijtimoiy menejment

Farmatsevtik tashkilotni boshqarishda yuz beradigan ijtimoiy jarayonlarga ma'lum maqsadli ta'sir o'tkazish qonuniyatlari, xodimlar orasida yuz beradigan munosabatlarni o'rganishga e'tiborni qaratadigan sotsiologiya, boshqaruv sotsiologiyasi va psixologiyasi, ijtimoiy yondoshish.

5-mavzu. Boshqaruv va raxbarlik uslublari. Farmatsevtik tashkilotlar boshqaruvida liderlik

Farmatsevtik tashkilotlar boshqaruvida liderlik. Farmatsevtika tashkilotlarida liderlik konsepsiyalari. Rahbar mehnatining unumililigini boshqaruv usullari va ko'rsatmalari. Rahbarlik uslublari mohiyati va turlari. Har bir rahbarning turli jamoada boshqaruv uslublarni qo'llash sabablari va belgilari.

6-mavzu. Bozor iqtisodiyoti sharoitida mehnat munosabatlari

Xodimni ishga qabul qilish jarayonini rasmiylashtirish. Mehnat shartnomasi tushunchasi. Ishga qabul qilishda talab qilinadigan hujjatlar Mehnat shartlari belgilanishi va o'zgarishining umumiy tartibi. Ish beruvchining mehnat shartlarini xodimning roziligisiz o'zgartirish huquqi. Xodimning mehnat shartlarini o'zgartirish huquqi.

7-mavzu. Farmatsevtika tashkilotlarini boshqarishda motivatsiya

Farmatsevtika tashkilotlarini boshqarishda motivatsiya funksiyasi, uning ahamiyati, vazifalari, usullari. Ma'muriy, informatsion va motivatsiyaning maqsadi.

8-mavzu. Farmatsevtik tashkilotlarni boshqarishda kommunikatsiya

Kommunikatsiya va koordinatsiya tushunchalari. Kommunikatsiya jarayonining mazmuni va boshqaruvi samaradorligi. Farmatsevtik korxonalaridagi kommunikatsiya muhiti. Farmatsevtik boshqaruvi pog'onalarining o'zaro kommunikatsiya tartibi. Farmatsevtik tashkilotlarida rahbar va xodimlar orasidagi kommunikatsiya.

9-mavzu. Taym-menejmentni tashkil etish va uning asosiy tamoyillari

Tashkilot tarkibida mehnat munosabatlarini boshqarish, Taym-menejmentni mohiyati va tatbiq etish yo'llarini tahlil qilish. Farmatsevtika korxonalarida rahbar mehnatini tashkil etishda taym-menejment ahamiyati va mohiyati. Taym-menejmentni tashkil etish va asosiy tamoyillari. Farmatsevtika korxonalarida vaqtni boshqarish. Dam olish vaqti. Oylik maoshlarini huquqiy nazorati. Qo'shimcha to'lovlar. Alohida guruh vakillarini mehnatini tashkil qilish.

10-11 – mavzular. Farmatsevtik tashkilotlarini boshqaruv tizimida halqaro sifat standartlari

Sifatni boshqarish halqaro standartlari MSK va MQ tizimi to'g'risida. GMP, ISO, GDP, GLP, GCP, GPP, GSP standartlari xaqida tushuncha ularning ahamiyati. Halqaro sifat standartlarini vazifalari va tamoyillari. Farmatsevtika korxonalarida sifatni xalqaro standartlarini kiritish va tashkil etish bosqichlari.

12-mavzu. O'zbekiston Respublikasida dori vositalarini sifatini boshqarishda sertifikatsiyalashtirish tizimi

O'zbekiston Respublikasi tibbiy mahsulotni sertifikatlashtirish tizimining qonuniy asoslari. Sertifikatlashtirishning maqsadi vazifalari. Sertifikatlashtirish ob'ektlari va sub'ektlari. Tibbiyot mahsulotni sertifikatlashtirish idoralari va sinov laboratoriyalari. Tibbiy mahsulotni sertifikatlashtirish tartibi. Tibbiy mahsulotni sertifikatlashtirish natijalarini rasmiylashtirish. Sertifikatlashtirish organlarining va sinov laboratoriyalarining javobgarligi.

13-mavzu. Dori vositalarini va tibbiy mahsulotlarni mahalliy ishlab chiqarishda va xorijdan keltirishda sertifikatlashtirish tartibi

Sertifikatlashtirishni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan hujjatlar ro'yxati. Mahalliy farmasevtik korxonalarida ishlab chiqarilgan mahsulotni sertifikatlashtirish tartibi va bosqichlari. Xorijiy ishlab chiqaruvchilarning farmasevtik mahsulotini sertifikatlashtirish tartibi va bosqichlari. Sertifikatlashtirishda namunalarni tanlash tartibi. Sertifikatlashtirish sinovlari natijalarini tahlil qilish va muvofiqlik sertifikatini berish (rad etish) to'g'risida qaror qabul qilish. Sertifikatlangan mahsulotni inspeksion nazoratdan o'tkazish.

14-15 – mavzular. O'zbekiston Respublikasi farmatsevtika bozorida is'temolchilar xuquqlarini himoyalash va dori vositalarini qalbakilashtirish

O'zbekiston Respublikasi farmatsevtik bozorida dori vositalarini qalbakilashtirishning muammosi va uning ahamiyati. Dori vositalarining qalbakilashtirishiga ta'sir ko'rsatuvchi omillar. Qalbaki dorilar to'g'risida tushuncha. Qalbaki dorilarning standartga muvofiq kelmaslik ko'rsatkichlari. O'zbekiston Respublikasi farmatsevtik bozorida dori vositalarini qalbakilashtirishning oldini olish chora-tadbirlari.

16-mavzu. Farmatsevtik tashkilotlar faoliyati nazorati.

Farmatsevtik nazorat.

Farmatsevtika tashkilotlari faoliyatini nazorat turlari. Xo'jalik yurutuvchi sub'ektlar faoliyatining davlat nazorati. Nazorat idoralari. Tekshiruv turlari va tekshiruv jarayonida taqdim etiladigan hujjatlar. Farmatsevtika tashkilotlari faoliyatining ixtisoslashgan (farmatsevtik) nazorati.

17-mavzu. Farmatsevtika boshqaruvi tizimda audit

Auditorlik faoliyati haqida tushuncha. Auditorlik tekshiruvlari. Auditorlik faoliyati haqida tushuncha. Auditorlik tashkilot. Auditorlik tashkilotining huquqlari va majburiyatlari. Auditorlik tekshiruvini tashkil etish. Xo'jalik yurituvchi sub'ektning auditni o'tkazishda huquqlari va majburiyatlari. Auditorlik tekshiruvining buyurtmachisi. Auditorlik tekshiruvining o'tkazishda cheklanishlar. Auditorlik hisoboti.

18-mavzu. Farmatsevtika sohasida dori vositalari bilan ta'minotning davlat tomonidan tartibga solinishi. Milliy dori vositalari siyosati.

Asosiy Dori vositalaridan to'liq foydalanilmayotir. Dori vositalari sohasidagi davlat siyosati. Dori vositalari sohasidagi davlat siyosati jarayoni. Dori vositalari sohasidagi davlat siyosati jarayoning izohi. Dori vositalari sohasidagi davlat siyosatini shakllantirish.

10-semestr

19-mavzu. Farmatsevtika bozori tizimida marketingning nazariy asoslari

Marketing tushunchasi va uning rivojlanish nazariyasi. Marketingning maqsad, vazifalari, asosiy tushunchalari. Marketingning asosiy tamoillari. Marketing funksiyalari.

Farmatsevtika bozorida marketingning o'ziga xos xususiyatlari. Farmatsevtik marketing funksiyalari, asosiy ob'ektlari Farmatsevtik marketing fanining asosiy kategoriyalari. Farmatsevtik bozor muammolari yechimini topishda marketingning o'rni .

Marketing – miks tushunchasi, uning mohiyati va ahamiyati. Marketing – miksning asosiy elementlari va ularning ta'rifi. "Marketing – miks" konsepsiyasining zamonaviy rivoji. Farmatsevtika tashkilotlarining faoliyatini rivojlantirishda "marketing – miks" konsepsiyasini qo'llash.

20-mavzu. Farmatsevtikada marketing jarayonini boshqarish

Korxonalarda marketing tizimini tashkil etish. Marketing xizmatini tashkil etish. Marketing tuzilmalari. Marketing tuzilmalarining turlari. Nazorat xizmatini tashkil etish. Marketing bo'limlarining vazifa va funksiyalari.

Besh raqobat kuchlari modeli (Maykl Porter modeli). Raqobat xarakteri va har bir raqobat kuchining intensivligi. Raqobat muvaffaqiyatining asosiy omillari. Bozor imkoniyatlari va xavf-xatari. Raqobat vaziyatini tahlil etish bosqichlari. Raqobat kuchlari va ular tarkibidagi o'zgarishlarning sabablari.

21-mavzu. Farmatsevtik korxonalarida marketing tizimini tashkil etish

Marketing axborot tizimi va marketing rejasi. Marketing xizmatining tashkiliy tuzilmasi. Marketing axborot tizimini tashkil qilishda marketingni tashkil qilishning modellari. Farmasevtik marketing bo'limining funksiyalari va marketing rejasi.

22-mavzu. Farmatsevtika bozorida raqobat muhiti va farmatsevtik korxonaning raqobatbardoshligi

Farmasevtika bozorida raqobatning turlari. Narh raqobatlar turlari. Haqqoniy bo'lmagan raqobat haqida tushuncha. Raqobatbardoshlilik haqida tushuncha. Mahsulotlar raqobatbardoshligining ko'rsatkichlari. Raqobatbardoshlilikning bozorga oid omillari.

23-mavzu. Dori vositalari reklamasining qonuniy asoslari va o'ziga xos xususiyatlari

Kommunikativ siyosatni amalga oshirishda reklamaning ahamiyati. Reklamaning iqtisodiy o'rni. Reklamaning tasnifi. Dori vositalarining reklamasining funksiyalari. Savdo belgisi tushunchasi. Dori vositalarini reklama qilishning mahalliy o'ziga xosligi va huquqiy asoslari.

24-mavzu. O'zbekiston Respublikasida farmatsevtika bozor infratuzilmasi, uning shakllanishi va o'ziga xos xususiyatlari

Mahalliy farmasevtik sohasini rivojlantirish bosqichlari. "O'zfarm sanoat" DAK faoliyatining o'rni va natijalari. Mahalliy original dori vositalarini ishlab chiqaruvchi asosiy institutlar. Farmasevtika sanoatini rivojlantirish bo'yicha Agentlikni tashkil etish. Farmasevtika sanoatini rivojlantirish bo'yicha Agentlikning asosiy funksiyalarini ta'riflab bering. Farmasevtika sanoatini rivojlantirish.

25-mavzu. Farmatsevtika bozorining kon'yunkturasi

Farmatsevtika bozorining kon'yunkturasi tushunchasi. Farmatsevtika bozorida talab va taklif muvozanati, ularning taxlili. Farmatsevtika bozori holatini belgilovchi ko'rsatkichlar. Bozordagi narxlar darajasi va nisbatlarining tahlili. Marketing izlanishlari tizimida farmatsevtik bozorning tovar kon'yunkturasini o'rganish. Kon'yunktura tahlilida axborot ta'minoti

Noqulay kon'yunktura. Bozor kon'yunkturasining ko'rsatkichlarig. Bozor kon'yunkturasini o'rganishning sub'ektlari. Jahon farmasevtika bozorining kon'yunkturasi. O'zR farmasevtika bozori kon'yunkturasining holati.

26-mavzu. Farmatsevtika bozorining segmentatsiyasi

"Bozor" iqtisodiy kategoriyasining mohiyati. "Bozor infratuzilmasi" tushunchasi. "Farmatsevtika bozori" tushunchasi. Farmatsevtika bozorining infratuzilmasi va uning asosiy elementlari. Farmatsevtik bozor sub'ektlari. Farmatsevtik mahsulot ishlab chiqaruvchi, ulgurji va chakana savdosi bilan shug'ullanuvchi tashkilotlar va ularning tavsifi.

Farmatsevtika bozori segmentatsiyasi. Bozor segmenti tushunchasi. Farmatsevtika bozorini segmentlarga bo'lish ko'rsatkichlari. Segmentatsiyani o'tkazish usullari. Farmatsevtik tovar mavqeini belgilash (pozitsionirovanie).

27-mavzu. Farmatsevtik tashkilotlar marketingining makromuxiti

Tashqi muhitni baholash. Marketing makromuhiti. Makromuhitga ta'sir ko'rsatuvchi omillar. Demografik omillar. Tabiiy ekologik omillar. Ijtimoiy – madaniy omillar. Ilmiy texnik taraqqiyot holati. Siyosiy xuquqiy omillar.

28-mavzu. Farmatsevtik tashkilotlar marketingining mikromuxiti

Farmatsevtik tashkilotlar marketingining mikromuhiti va uning tarkibiy elementlari. Farmatsevtik tashkilot va uning bo'linmalari. Raqobatchilar. Mijozlar. Ta'minotchilar. Marketing vositachilari. Muloqotdagi auditoriya.

29-mavzu. Farmatsevtika bozori tizimida tovar siyosati

Mahsulot siyosati tushunchasi. Mahsulot assortimentining ko'rsatkichlar bilan tavsiflanishi. Mahsulot siyosati shakllanishida "chuqurlik" ko'rsatkichi. Hayot davri bosqichlaridagi korxonaning "mahsulot guruhlari" Halqaro firmalarning mahsulot siyosati. Halqaro firmalari mahsulot siyosatining ehtimoliy uch turlari.

30-mavzu. Farmatsevtik tovarlarning bozordagi hayotiy davri

Marketing tizimida tovar siyosatining mohiyati, shakllanishi, shartlari.. Tovar, uning mohiyati, toifalanishi. Farmatsevtik mahsulotning tovar sifatida bozordagi belgilari: tovar belgisi (brend), firma nomi, firma belgisi. Dori vositalarining upakovkasi va markirovkasi.

Marketing tizimida tovarning hayotiy davri tushunchasi. Tovarning hayotiy davri bosqichlarini toifalash. Tovarni bozorga chiqarish yoki tatbiq etish bosqichi. O'sish bosqichi. Yetuklik bosqichi. To'yinish bosqichi. Tushkunlik davri. Farmatsevtika mahsulotlari hayotiy davrining har bir bosqichiga mos ravishda qo'llanadigan marketing strategiyasi.

31-mavzu. Farmatsevtik tovarlarga narxning shakllanishi, narx siyosati

Dori vositalari narxlarni tartibga solish tizimi. Narxning tovarning sotilishi hajmiga ta'sir qilishining moliyaviy ko'rsatkichi. Dori vositalari va tibbiyot buyumlarni chakana va ulgurji narxlarni belgilash. Farmatsevtik mahsulotga narxning shakllanishi. Narx belgilash jarayoni va uning vazifalari. Narx belgilash usullari. Ishlab chiqarilgan farmatsevtik mahsulotga narxning shakllanish bosqichlari. Dori vositalari narxlarining shakllanishiga ta'sir etuvchi omillar.

32-mavzu. Marketing tahlilini axborot manbalari bilan ta'minlanishi

Marketing tadqiqotlari uchun axborot to'plash usullari va ularing mohiyati. Marketing tadqiqotlarining kuzatuv usuli. Tadqiqot vositalari. Anketa – so'rovnoma usuli. Anketani tuzish va savollarini belgilash. Kabinet va dala tadqiqotlari. Fokus guruhi asosida tadqiqot o'tkazish.

33-mavzu. Farmatsevtik marketing tadqiqotlari

Farmatsevtik tashkilotlarning tovar siyosatini shakllantirishda dori vositalari assortimentining ahamiyati. Farmatsevtik mahsulotlar assortimentining toifalanishi. Farmatsevtik assortimentni baholash ko'rsatkichlari.

Assortimentning kontent tahlili. Dori vositalari assortimenti tahlilida sifat va miqdoriy ko'rsatkichlar. Assortimentning yangilanish indeksi. Dori vositalari assortimentini ratsionalligini belgilash.

34-mavzu. Farmatsevtika faoliyatini tashkil etishda biznes va tadbirkorlik asoslari.

"Tadbirkorlik" va "biznes" mohiyati. Kichik biznesning mohiyati va afzalliklari. Tadbirkorlik va biznesning davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi.

O'zR da tabirkorlikning tashkiliy huquqiy shakllari. Mulkchilik shakliga ko'ra korxonalarning turlari. Farmasevtik biznesni tashkil etishda korxonalarni ta'sis etish tartibi. Farmasevtik biznesni rejalashtirish

3.2. Moduldagi amaliy mashg'ulotlarning mavzulari, tashkil etish bo'yicha umumiy ko'rsatma va tavsiyalar:

3.2.1. Amaliy mashg'ulotlarining mavzular ro'yhati:

9-semestr

- 1-mavzu.** Modulga kirish. Farmatsevtika tizimini boshqarishda boshqaruv asoslari va tamoyillari. Dorixona muassasalarini boshqarish
- 2-mavzu.** Farmatsevtika tashkiloti - boshqaruv ob'ekti sifatida
- 3-mavzu.** Farmatsevtika tashkilotida kadrlar boshqaruvi asoslari
- 4-mavzu.** Farmatsevtika boshqaruvi tizimida ijtimoiy menejment
- 5-mavzu.** Boshqaruv va xabarlik uslublari. Farmatsevtik tashkilotlar boshqaruvida liderlik
- 6-mavzu.** Bozor iqtisodiyoti sharoitida mehnat munosabatlari
- 7-mavzu.** Farmatsevtika tashkilotlarini boshqarishda motivatsiya
- 8-mavzu.** Farmatsevtik tashkilotlarni boshqarishda kommunikatsiya
- 9-mavzu.** Taym-menejmentni tashkil etish va uning asosiy tamoyillari
- 10-11-mavzular.** Farmatsevtika tashkilotlarini boshqaruv tizimida xalqaro sifat standartlari
- 12-mavzu.** O'zbekiston Respublikasida dori vositalari sifatini boshqarishda sertifikatlashtirish tizimi
- 13-mavzu.** Dori vositalarini va tibbiy mahsulotlarni mahalliy ishlab chiqarishda va xorijdan keltirishda sertifikatlashtirish tartibi
- 14-15-mavzular.** O'zbekiston Respublikasi farmatsevtika bozorida is'temolchilar xuquqlarini himoyalash va dori vositalarini qalbakilashtirish
- 16-mavzu.** Farmatsevtik tashkilotlar faoliyati nazorati Farmatsevtik nazorat.
- 17-mavzu.** Farmatsevtika boshqaruvi tizimda audit
- 18-mavzu.** Farmatsevtika sohasida dori vositalari bilan ta'minotning davlat tomonidan tartibga solinishi. Milliy dori vositalari siyosati.

10-semestr

- 19-mavzu.** Farmatsevtika bozori tizimida marketingning nazariy asoslari
- 20-mavzu.** Farmatsevtikada marketing jarayonini boshqarish
- 21-mavzu.** Farmatsevtik korxonalarida marketing tizimini tashkil etish
- 22-mavzu.** Farmatsevtika bozorida raqobat muhiti va farmatsevtik korxonaning raqobatbardoshligi
- 23-mavzu.** Dori vositalari reklamasining qonuniy asoslari va o'ziga xos xususiyatlari

- 24-mavzu.** O'zbekiston Respublikasida farmatsevtika bozor infratuzilmasi, uning shakllanishi va o'ziga xos xususiyatlari
- 25-mavzu.** Farmatsevtika bozorining kon'yunkturasi
- 26-mavzu.** Farmatsevtika bozorining segmentatsiya
- 27-mavzu.** Farmatsevtik tashkilotlar marketingining makromuxiti
- 28-mavzu.** Farmatsevtik tashkilotlar marketingining mikromuxiti
- 29-mavzu.** Farmatsevtika bozori tizimida tovar siyosati
- 30-mavzu.** Farmatsevtik tovarlarning bozordagi hayotiy davri
- 31-mavzu.** Farmatsevtik tovarlarga narxning shakllanishi, narx siyosati
- 32-mavzu.** Marketing tahlilini axborot manbalari bilan ta'minlanishi
- 33-mavzu.** Farmatsevtik marketing tadqiqotlari
- 34-mavzu.** Farmatsevtika faoliyatini tashkil etishda biznes va tadbirkorlik asoslari.

3.2.2. Amaliy mashg'ulotlarini tashkil etish bo'yicha umumiy ko'rsatma va tavsiyalar:

Amaliy mashg'ulotlar multimedia qurilmalari bilan jihozlangan auditoriyada bir akademik guruhga bir o'qituvchi tomonidan o'tkaziladi.

Amaliy mashg'ulotlarni o'tkazishda qo'yidagi didaktik tamoyillarga amal qilinadi:

- Amaliy mashg'ulotlarni maqsadini aniq belgilab olish;
- O'qituvchining innovatsion pedagogik faoliyati bo'yicha bilimlarni chuqurlashtirish imkoniyatlariga talabalarda qiziqish uyg'otish;
- Talabada natijani mustaqil ravishda qo'lga kiritish imkoniyatini ta'minlash;
- Talabani nazariy-metodik jihatdan tayyorlash va h.k.

3.2.3. Modulni o'qitish davomida egallanadigan amaliy ko'nikmalar va kompetensiyalar:

Modul davomida egallanadigan amaliy ko'nikmalar ro'yxati:

Farmatsevtikada boshqaruv dan amaliy mashg'ulotni bajarish davrida talabalar quyidagi amaliy ko'nikmalarni o'zlashtirishi ko'zda tutilgan:

IX- semestr uchun

1. Boshqarish uslublari, boshqaruv va uning bosqichlari, mehnat jamoasini boshqarish uslublari, zamonaviy boshqaruvchiga qo'yiladigan umumiy talablar asosida dorixonada raxbarlik qila oladi
2. Dorixonada xodimni ishga qabul qilish jarayonini rasmiylashtirish, dastlabki sinov muddati bilan ishga olish, mehnat shartnomasi tushunchasi, uni tuzish tartibi va ishga qabul qilishda talab qilinadigan hujjatlar bilan ishlay oladi.
3. Farmatsevtik tashkilotlarini boshqaruvida uning ahamiyati, kommunikatsiya turlari, boshqaruv kommunikatsisi jarayoni, asosiy elementlari, bosqichlari, ularning tavsiflari, kommunikatsiya samaradorligini ta'minlashda "qaytar aloqa" tushunchasi va uning ahamiyati, kommunikatsiya jarayonida

axborot kanali, ish yuzasidan suhbat, ish kengashi va telefon muloqotini dorixonada qo'llay oladi

4. Sifatni boshqarish halqaro standartlari MSK va MQ tizimi to'g'risida GMP, ISO, GDP, GLP, GCP, GPP, GSP standartlari ahamiyatini, halqaro sifat standartlarini vazifalari va tamoyillarini bilgan xolda farmatsevtika korxonalarida sifatni xalqaro standartlarini kirita oladi va tashkil etadi

5. Sertifikatlashtirishning qonuniy asoslari, tashkiliy va uslubiy tamoyillari, qoidalarini buzilishida qo'llaniladigan jazo choralari, O'zbekiston Respublikasida tibbiy mahsulotlarni sertifikatlashtirish tizimi, sertifikatlashtirish idoralari, qoidalarini dorixonada qo'llay oladi

6. Qalbaki dori vositalari haqida tushuncha, qalbaki dori vositalarining tasniflanishi asosida dorixonada qalbaki dori vositalarini ajrata oladi

7. Dorixona muassasalari moliyaviy xo'jalik faoliyatining nazorati turlari, ho'jalik yurituvchi sub'ektlar faoliyatining rejadan tashqari tekshiruvini qo'llay oladi

8. Auditorlik faoliyati haqida tushuncha, auditorlik tashkiloti, huquqlari va majburiyatlari, auditorlik tekshiruvini tashkil etish, xo'jalik yurituvchi sub'ektning auditni o'tkazishda huquqlari va majburiyatlari, auditorlik tekshiruvining buyurtmachisi, auditorlik tekshiruvining o'tkazishda cheklanishlar va auditorlik hisobotini tayyorlay oladi.

10-semestr uchun

9. Marketing tushunchasi, rivojlanishi, nazariyasi, farmatsevtik marketingning asosiy tamoyillarini biladi. Korxonalarda marketing tizimini nazorat xizmatini tashkil etadi

10. "Bozor infratuzilmasi" va Farmatsevtik mahsulot ishlab chiqaruvchi, ulgurji va chakana savdosi bilan shug'ullanuvchi tashkilotlar bilgan xolda bozorni tahlil qila oladi

11. Farmatsevtika bozorining kon'yunkturasi tushunchasi. Farmatsevtika bozorida talab va taklif muvozanati, ularning taxlili. Bozordagi narxlar darajasi va nisbatlarining tahlili. Marketing izlanishlari tizimida farmatsevtik bozorning tovar kon'yunkturasini tahlil qila oladi.

12. Farmatsevtika bozori segmentatsiyasi. Farmatsevtika bozorini segmentlarga bo'lish ko'rsatkichlari. Farmatsevtik tovar mavqeini belgilay oladi.

13. Farmatsevtika tashkilotlarida tashqi muhit, makromuhiti va mikromuhit, demografik, tabiiy, ekologik, ijtimoiy, madaniy, ilmiy, texnik taraqqiyot holati, siyosiy xuquqiy omillarni yoritib bera oladi

14. Dori vositalari narxlarni tartibga solish tizimi, narxning tovarning sotilishi hajmiga ta'sir qilishining moliyaviy ko'rsatkichi, dori vositalari va tibbiyot buyumlari chakana va ulgurji narxlarni belgilash, dori vositalari

narxlarining shakllanishiga ta'sir etuvchi omillarni hisobga olgan holda narx belgilaydi

15. Marketing tadqiqotlari uchun axborot to'plash usullari va ularing mohiyati. Anketa – so'rovnomasi usuli. Anketani tuzish va savollarini belgilash. Kabinet va dala tadqiqotlari. Fokus guruhi asosida tadqiqot o'tkaza oladi.

16. Farmatsevtik tashkilotlarning tovar siyosatini shakllantirishda dori vositalari assortimentining ahamiyati. Farmatsevtik mahsulotlar assortimentining toifalanishi. Farmatsevtik assortimentni baholash ko'rsatkichlari. Assortimentning ratsionalligini belgilash. Assortimentning kontent tahlili. Dori vositalari assortimenti tahlilida sifat va miqdoriy ko'rsatkichlar. Assortimentning yangilanish indeksi. Dori vositalari assortimentini ratsionalligini belgilay oladi

Modul davomida egallanadigan kompetensiyalar (nomi, kodi) ro'yxati:

UKK-umumiy kasbiy kompetensiyalar:

UKK-1. Axborot va maslahat ishlarini tahlil qilish va rejalashtirish;

UKK-2. Hamkasblar, iste'molchi va ta'minotchilar bilan og'zaki va yozma muloqatlarni amalga oshirish;

UKK-3. Aholining farmasevtik mahsulotlariga bo'lgan talabi to'g'risidagi ma'lumotlarni ro'yxatdan o'tkazish;

UKK-4. Farmasevtik tashkilotlarda me'yoriy-huquqiy xujjatlariga muvofiq hisobot turlarini o'z ichiga olgan holda xujjat aylanmasini tashkil qilish va ta'minlash.

UKK-5. Farmasevtika tashkilotining xodimlari faoliyatini tahlil qilish va baholash;

UKK-6. Farmasevtika tashkilotida xodimlar bilan kommunikatsiya jarayonini amalga oshirish.

KK- kasbiy kompetensiyalar:

KK-1 Boshqaruv qarorlarini qabul qilishda marketing tadqiqotlarini olib borish;

KK-2 Axolini dori vositalari bilan ta'minlashning tahlili;

KK-3 Farmasevtik tashkilotni boshqarish uslublari;

KK-4 Boshqaruv qarorlarini qabul qilishda marketing tadqiqotlarini olib borish;

KK-5 Farmasevtik tashkilotni boshqarish uslublarini qo'llash;

KK-6 Farmasevtika menejmentini tashkil etish;

KK-7 Farmasevtik marketingni tashkil etish;

KK-8 Sog'liqni saqlash sohasidagi ma'lumotlarni tahlil qilish va natijalarga asoslanib, joriy faoliyat uchun sifat standartlarini ishlab chiqish;

KK-9 Farmasevtik tashkilotining faoliyatini har tomonlama tahlil qilish

KK-10 Hujjat aylanmasini ta'minlashni tashkil qilish.

Modul davomida o'quv (klinik) amaliyotni tashkil etish bo'yicha umumiy ko'rsatma va tavsiyalar: "Farmatsevtikada boshqaruv" modulidan o'quv amaliyot rejalashtirilmagan.

4. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar, tashkil etish bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar

4.1. Tavsiya etilayotgan mustaqil ishlarning mavzular ro'yhati:

9-semestr

1. Farmatsevtika tashkilotlar boshqaruvini tashkil qilish
2. Farmatsevtika tashkilotlarida mehnat qonunchiligi asoslari
3. Farmatsevtika xizmatini boshqarishda axborot tizimi
4. Milliy dori siyosati
5. Farmatsevtika bozorida marketing tizimini tatbiq etish
6. Dori vositalari reklamasining o'ziga xos tomonlari
7. Jahon miqyosida dori vositalarining qalbakilashtirishning oldini olish
8. O'zbekiston Respublikasi farmatsevtik tovarlarni sertifikatlashtirishning o'ziga xos xususiyatlari
9. Farmatsevtika tashkilotlari faoliyatining nazorati, audit
10. Farmatsevtika tashkilotida kadrlar boshqaruvi asoslari
11. Boshqaruv va raxbarlik uslublari.
12. Farmatsevtik tashkilotlar boshqaruvida liderlik
13. Farmatsevtika bozorida dori vositalarini qalbakilashtirish muammolari
14. Mehnat qonunchiligi bo'yicha asosiy ma'lumotlar.
15. Dori vositalari sifatini boshqarishda sertifikatlashtirish tizimi va asosiy tushunchalar
16. Taym-menejmentni tashkil etish va uning asosiy tamoyillari.
17. Dori vositalarini va tibbiy mahsulotlarni mahalliy ishlab chiqarishda va xorijdan keltirishda sertifikatlashtirish tartibi
18. Farmatsevtik tashkilotlarni boshqarishda kommunikatsiya

10-semestr

1. Marketing fanining predmeti, ahamiyati va ob'ektlari
2. Iste'molchilar talabiga asosan marketing turlari va vazifalari.
3. Farmatsevtik korxonalarida marketing tizimini tashkil etish
4. Farmatsevtika bozorida raqobat muhiti va farmatsevtik korxoning raqobatbardoshligi
5. Farmatsevtika tashkilotlarida marketing kompleksini shakllantirish
6. Dori vositalari reklamasining qonuniy asoslari va o'ziga xos xususiyatlari
7. O'zbekiston Respublikasida farmatsevtika bozor infratuzilmasi, uning shakllanishi va o'ziga xos xususiyatlari
8. Farmatsevtika bozorining kon'yunkturasi
9. Farmatsevtika bozorining segmentatsiya ko'rsatkichlari.
10. Farmatsevtik tashkilotlar marketingining makromuxiti

11. Farmatsevtik tashkilotlar marketingining mikromuxiti
12. Farmatsevtika bozori tizimida tovar siyosati
13. Farmatsevtik tovarlarning bozordagi hayotiy davri
14. Farmatsevtik tovarlarga narxning shakllanishi, narx siyosati
15. Marketing tahlilini axborot manbalari bilan ta'minlanishi
16. Dori vositalari va tibbiy maxsulotlar assortimentining tahlili

4.2. Tavsiya etilayotgan mustaqil ishlarning shakllari:

Talaba mustaqil ishini tayyorlashda muayyan modulning xususiyatlarini hisobga olgan holda quyidagi shakllardan foydalanish tavsiya etiladi:

- darslik va o'quv qo'llanmalar bo'yicha ma'ruzalar qismini o'zlashtirish;
- maxsus adabiyotlar bo'yicha modullar bo'limlari yoki mavzulari ustida ishlash;
- yangi texnikalarni, biologik tekshiruv asboblari, jarayonlar va texnologiyalarni o'rganish;
- talabaning o'quv-ilmiy-tadqiqotishlarini bajarish bilan bog'liq bo'lgan modullar bo'limlari va mavzularni chuqur o'rganish;
- faol va muammoli o'qitish uslubidan foydalaniladigan o'quv mashg'ulotlari;
- masofaviy (distantion) ta'lim.
- berilgan mavzu bo'yicha axborot (referat) tayyorlash;
- modulning bo'limlari yoki mavzulari ustida maxsus yoki ilmiy adabiyotlar (monografiyalar, maqolalar) bo'yicha ishlash va ma'ruzalar qilish;
- vaziyatli muammolarga yo'naltirilgan vaziyatli masalalar echish;
- keys (real vaziyatli masalalar asosida case-study) echish.
- grafik organayzerlarni ishlab chiqish va to'ldirish;
- krossvordlar tuzish va yechish;
- prezentatsiya va videoroliklar tayyorlash hamda mustaqil ish jarayonida keng qo'llash.

4.3. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlarni tashkil etish bo'yicha umumiy ko'rsatma va tavsiyalar:

Modul (Farmatsevtikada boshqaruv) bo'yicha mustaqil ish auditoriya va auditoriyadan tashqari o'tkaziladi.

Talaba mustaqil ishini tashkil etishda qo'yidagi shakllardan foydalaniladi:

- ayrim nazariy mavzularni o'quv adabiyotlari yordamida mustaqil o'zlashtirish;
- berilgan mavzu bo'yicha axborot (referat) tayyorlash;
- modulning (fanning) bo'limlari yoki mavzulari ustida maxsus yoki ilmiy adabiyotlar (monografiyalar, maqolalar) bo'yicha ishlash va ma'ruzalar qilish;

– vaziyatli va farmatsevtik muammolarga yo‘naltirilgan vaziyatli masalalar echish;

– Keys (real farmatsevtik vaziyatlar va farmatsevtik vaziyatli masalalar asosida kase-study) yechish;

– modellar yasash, krossvordlar tuzish, organayzerlar tuzish va h.k.

– Talabaning mustaqil ishi o‘rganilayotgan mavzu yuzasidan kengaytirilgan ma’lumotlarni yig‘ish, buning uchun axborot texnologiyalarining imkoniyatlaridan keng foydalanish, olingan ma’lumotlarni mustaqil ravishda ishlab chiqish va aniq dori vositasining sifatini nazorat qilishda qo‘llay olishdan iborat bo‘lib, uning turlari va shakllari turli ko‘rinishda bo‘lishi mumkin. Mustaqil ishga mo‘ljallangan mavzular va topshiriqlar talabaning mustaqil ishini tashkil etish bo‘yicha kafedrada ishlab chiqilgan va muntazam yangilanib boradigan uslubiy qo‘llanmalarda keng yoritilgan.

– Mustaqil ta’lim natijalari reyting tizimi asosida baholanadi. Uyga vazifalarni bajarish, qo‘shimcha darslik va adabiyotlardan yangi bilimlarni mustaqil o‘rganish, kerakli ma’lumotlarni izlash va ularni topish yo‘llarini aniqlash, internet tarmoqlaridan foydalanib ma’lumotlar to‘plash va ilmiy izlanishlar olib borish, ilmiy to‘garak doirasida yoki mustaqil ravishda ilmiy manbaalardan foydalanib ilmiy maqola va ma’ruzalar tayyorlash kabilar talabalarning darsda olgan bilimlarini chuqurlashtiradi, ularning mustaqil fikrlash va ijodiy qobiliyatini rivojlantiradi.

Kurs ishi (loyihasi) bo‘yicha ko‘rsatma va tavsiyalar: Kurs ishi fan mavzulariga taalluqli masalalar yuzasidan talabalarga yakka tartibda tegishli (variantlangan) topshiriq shaklida 9-10-semestrda o‘tiladigan mavzular bo‘yicha beriladi. Kurs ishi ximoyasida kamida ikki nafar professor-o‘qituvchi ishtirok etadi 9 semestr yakunida og‘zaki savol javob ko‘rinishida o‘tkaziladi. Kurs ishining xajmi 15-20 betdan kam bo‘lmasligi, A4 formatdagi varaqlarda yozilishi va tikilib rasmiylashtirilishi lozim. Kurs ishini bajarish tartibi kafedraning uslubiy ko‘rsatmasida batafsil keltirilgan.

Kurs ishi mavzularining to‘liq ro‘yxati

1. Farmatsevtika tizimini boshqarishda boshqaruv asoslari va tamoyillari.
2. Dorixona muassasalarini boshqarish
3. Farmatsevtika tashkiloti - boshqaruv ob‘ekti sifatida
4. Farmatsevtika tashkilotida kadrlar boshqaruvi asoslari
5. Boshqaruv va raxbarlik uslublari.
6. Farmatsevtik tashkilotlar boshqaruvida liderlik
7. Farmatsevt xodimlarni malakasini oshirish va attestatsiyasi
8. Mehnat qonunchiligi bo‘yicha asosiy ma’lumotlar.

9. Farmatsevtika tashkilotlarida mehnat shartnomasini tuzish qoidalari
10. Taym-menejmentni tashkil etish va uning asosiy tamoyillari.
11. Mehnat intizomi va uni ta'minlash.
12. Farmatsevtik tashkilotlarni boshqarishda kommunikatsiya
13. Farmatsevtika bozorida dori vositalarini qalbakilashtirish muammolari
14. Farmatsevtika bozorida dori vositalarini qalbakilashtirishni bartaraf etish chora tadbirlari
15. Dori vositalari sifatini boshqarishda sertifikatlashtirish tizimi va asosiy tushunchalar
16. Dori vositalarini va tibbiy mahsulotlarni mahalliy ishlab chiqarishda va xorijdan keltirishda sertifikatlashtirish tartibi
17. Farmatsevtik tashkilotlar faoliyatining nazorati
18. Farmatsevtika boshqaruvi tizimda audit
19. GMP xalqaro sifat standartlari haqida tushuncha va ularning mohiyati.
20. GLP, GCP xalqaro sifat standartlari haqida tushuncha va ularning mohiyati.
21. GPP, GSP xalqaro sifat standartlari haqida tushuncha va ularning mohiyati.
22. ISO xalqaro sifat standartlari haqida tushuncha va ularning mohiyati.
23. GDP xalqaro sifat standartlari haqida tushuncha va ularning mohiyati.
24. Marketing fanining predmeti, ahamiyati va ob'ektlari
25. Iste'molchilar talabiga asosan marketing turlari va vazifalari.
26. Farmatsevtika tashkilotlarida marketing kompleksini shakllantirish
27. Farmatsevtik korxonalarida marketing tizimini tashkil etish
28. Farmatsevtika bozorida raqobat muhiti va farmatsevtik korxonaning raqobatbardoshligi
29. Dori vositalari reklamasining qonuniy asoslari va o'ziga xos xususiyatlari
30. O'zbekiston Respublikasida farmatsevtika bozor infratuzilmasi
31. O'zbekiston Respublikasida bozor infratuzilmasini shakllanishi va o'ziga xos xususiyatlari
32. Farmatsevtika bozorining kon'yunkturasi
33. Farmatsevtika bozorining segmentatsiya ko'rsatkichlari.
34. Farmatsevtik tashkilotlarning marketingining makromuxiti
35. Farmatsevtik tashkilotlar marketingining mikromuxiti
36. Farmatsevtika bozori tizimida tovar siyosati
37. Dori vositalarining bozordagi hayotiy davri
38. Farmatsevtik mahsulotga narxning shakllanishi, narx siyosati.
39. Marketing tahlilini axborot manbalari bilan ta'minlanishi
40. Dori vositalari va tibbiy mahsulotlar assortimentining tahlili

Ishlab chiqarish amaliyotini tashkil etish bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar: Farmatsevtikada boshqaruv modulidan ishlab chiqarish amaliyotini rejalashtirilmagan.

Modul bo'yicha talabalar bilimini nazorat qilish turlari va baholash mezonlari

Farmatsevtikada boshqaruv moduli bo'yicha nazorat turlari va baholash mezonlari haqidagi ma'lumot modul bo'yicha birinchi mashg'ulotda talabalarga e'lon qilinadi.

Talabalarining modul bo'yicha o'zlashtirish darajasining Davlat ta'lim standartlariga muvofiqligini ta'minlash uchun quyidagi nazorat turlari o'tkaziladi:

- joriy nazorat (JN);
- oraliq nazorat (ON);
- yakuniy nazorat (YaN).

JORIY NAZORAT (JN)

Joriy nazoratda talabaning modul mavzulari bo'yicha bilim, amaliy ko'nikma va kompetentsiyalarni egallash darajasini aniqlash va baholab borish ko'zda tutiladi. Farmatsevtikada boshqaruv moduli bo'yicha JN og'zaki, o'rgatuvchi-nazorat testlari, tarqatma materiallari bilan ishlash, vaziyatli masalalar, kompyuterlarda ishlash ma'lumotlarini o'rganish, uyga berilgan vazifalarni tekshirish va shu kabi boshqa shakllarda o'tkazilishi mumkin.

Baholashda talabaning bilim darajasi, amaliy mashg'ulot materiallarini o'zlashtirishi, nazariy material muhokamasida va ta'limning interaktiv usullarida ishtirokining faollik darajasi, shuningdek, amaliy bilim va ko'nikmalarni o'zlashtirish darajasi, kompetentsiyalarni egallash (ya'ni nazariy, analitik va amaliy yondoshuvlar) hisobga olinadi.

Har bir mashg'ulotda barcha talabalar baholanishi shart. Maksimal ball 100, o'tish bali 55 ball.

Joriy baholashda talabalar bilimi talim modeliga asoslangan holda quyidagi bosqichlarda amalga oshiriladi : nazariy va amamliy qism (50:50).

Joriy nazorat uchun ajratilgan 7,5 kredit quyidagicha taqsimlanadi:

9-semestr

Boshqarish uslublari, boshqaruv va uning bosqichlari, mehnat jamoasini boshqarish uslublari, zamonaviy boshqaruvchiga qo'yiladigan umumiy talablar asosida dorixonada raxbarlik qilish, Farmatsevtik tashkilotlarini boshqaruvida uning ahamiyati, kommunikatsiya turlari, boshqaruv kommunikatsisi jarayoni, asosiy elementlari, bosqichlari, ularning tavsiflari - **1.5 kredit**

Sifatni boshqarish halqaro standartlari, O'zbekiston Respublikasida tibbiy mahsulotlarni sertifikatlashtirish tizimi, sertifikatlashtirish idoralari, qoidalarini dorixonada qo'llay oladi. Qalbaki dori vositalari haqida tushuncha, qalbaki dori vositalarining tasniflanishi - **1.5 kredit**

Dorixona tashkilotlari moliyaviy xo'jalik faoliyatining nazorati turlari, ho'jalik yurituvchi sub'ektlar faoliyatining rejadan tashqari tekshiruvini qo'llay oladi, auditorlik faoliyati haqida tushuncha - **1,5 kredit**

10-semestr uchun

Marketing tushunchasi, rivojlanishi, nazariyasi, farmatsevtik marketingning asosiy tamoyillarini biladi. Korxonalarda marketing tizimini nazorat xizmatini tashkil etadi, "Bozor infratuzilmasi", Farmatsevtika bozorining kon'yunkturasini tushunchasi **1,5 kredit**

Farmatsevtika bozorida talab va taklif muvozanati, ularning taxlili. Bozordagi narxlar darajasi va nisbatlarining tahlili. Marketing izlanishlari tizimida farmatsevtik bozorning tovar kon'yunkturasini tahlil qila oladi. Farmatsevtika bozori segmentatsiyasi. Farmatsevtika bozorini segmentlarga bo'lish ko'rsatkichlari. Farmatsevtik tovar mavqeini belgilay oladi. - **1,5 kredit**

Talaba xar bir bo'limdan belgilangan kreditlarni to'plagandan keyingina yakuniy nazoratga kiritiladi. Joriy nazoratda saralash (o'tish) balidan kam ball to'plagan va uzrli sabablarga ko'ra nazoratlarda qatnasha olmagan talabaga qayta topshirish uchun, navbatdagi shu nazorat turigacha, so'nggi joriy nazorat uchun yakuniy nazoratgacha bo'lgan muddat beriladi.

Kasalligi sababli darslarga qatnashmagan hamda belgilangan muddatlarda joriy va yakuniy nazoratlarni topshira olmagan talabalarga fakultet dekani farmoyishi asosida o'qishni boshlaganidan so'ng ikki hafta muddatda topshirishga ruxsat beriladi.

Semestr yakunida modul bo'yicha joriy nazoratda saralash balidan kam ball to'plagan talaba akademik qarzidor hisoblanadi. Akademik qarzidor talabalarga semestr tugaganidan keyin qayta o'zlashtirish uchun bir oy muddat beriladi. Shu muddat davomida modulni o'zlashtira olmagan talaba fakultet dekani tavsiyasiga ko'ra belgilangan tartibda rektorning buyrug'i bilan talabalar safidan chetlashtiriladi.

ORALIQ NAZORAT(ON)

Amaliy mashg'ulotida yozma ko'rinishida qabul qilinadi. Ma'ruzachi o'qituvchi va seminar mashg'uloti o'qituvchisi tomonidan birgalikda o'tkaziladi. Maksimal ball 100, o'tish bali 55 ball. Oraliq nazoratda talabalar bilimi ta'lim modeliga asoslangan xolda quyidagi bosqichlarda amalga oshiriladi: nazariy va amaliy qism.

-Oraliq nazorat uchun 0 kredit ajratiladi: Talaba xar bir nazoratdan belgilangan kreditlarni to'plagandan keyingina yakuniy nazoratga kiritiladi.

Modul bo'yicha talaba reytingi quyidagicha aniqlanadi:

Ball	ECTS baho	ECTSning ta'rifi		Baho	Ta'rif
86-100	A	“a’lo” – a’lo natija, minimal hatoliklar bilan	Modulning tayanch tushunchalarini bilishi va uni qisqa vaqt ichida ilmiy va amaliy masalalarni yechishda samarali qo'llay olishi; Modul dasturida tavsiya etilgan asosiy va qo'shimcha adabiyotlarni to'liq va chuqur o'zlashtirishi; Nostandart vaziyatlarda muammolarni mustaqil va ijodiy hal qila olish qobiliyatini ko'rsata olishi; Seminar mashg'ulotlarda butun se-mestr mobaynida ijodiy va mustaqil qatnashishi, guruhli muhokamalarda faol bo'lishi, vazifalarni bajarishda yuqori madaniyat darajasiga ega bo'lishi.	5	“a’lo”
81-85	B	“juda yaxshi” – o'rtadan yuqori natija, ayrim hato-liklar bilan	Modulning tayanch tushunchalarini bilishi va uni qisqa vaqt ichida ilmiy va amaliy masalalarni yechishda samarali qo'llay olishi; Modul dasturida tavsiya etilgan asosiy va qo'shimcha adabiyotlarni to'liq va chuqur o'zlashtirishi; Nostandart vaziyatlarda muammolarni mustaqil va ijodiy hal qila olish qobiliyatini ko'rsata olishi; Seminar mashg'ulotlarda butun semestr mobaynida ijodiy va mustaqil qatnashishi, guruhli muhokamalarda faol bo'lishi, vazifalarni bajarishda yuqori madaniyat darajasiga ega bo'lishi.	4	yaxshi
71-80	C	“yaxshi” – o'rtacha	Modulning tayanch tushunchalarini bilishi va uni	4	yaxshi

		natija, sezilarli xatoliklar bilan	amaliy masalalarni yechishda qo'llay olishi; Modul dasturida tavsiya etilgan asosiy adabiyot doirasida o'zlashtirishi; Standart vaziyatlarda muammolarni o'quv dasturi doirasida mustaqil hal qila olishi; Seminar mashg'ulotlarda butun semestr mobaynida mustaqil qatnashishi, guruhli muhokamalarda faol bo'lishi, vazifalarni bajarishda bir oz xatoliklarga yo'l qo'yishi.		
60-70	D	“qoniqarli” – sust natija, qo'pol kamchiliklar bilan	Modulning tayanch tushunchalarini bilishi va uni amaliy masalalarni yechishda ayrim xatoliklarga yo'l qo'yish; Modul dasturida tavsiya etilgan asosiy adabiyot doirasida o'zlashtirishi; Standart vaziyatlarda muammolarni o'quv dasturi doirasida ayrim xatoliklar bilan bajarish; Seminar mashg'ulotlarda butun semestr mobaynida mustaqil qatnashishi, guruhli muhokamalarda sustlik qilishi, vazifalarni bajarishda ayrim xatoliklarga yo'l qo'yishi.	3	Qoniqarli
55-59	E	“o'rta” – Minimal natijaga teng	Modulning tayanch tushunchalarini qiyinchilik bilan o'zlashtirish va uni amaliy masalalarni yechishda qo'pol xatoliklarga yo'l qo'yish; Modul dasturida tavsiya etilgan asosiy adabiyot doirasida kiyinchilik bilan o'zlashtirishi; Seminar mashg'ulotlarda butun semestr mobaynida mustaqil qatnashishi, guruhli muhokamalarda sustlik qilishi, vazifalarni bajarishda qo'pol xatoliklarga yo'l qo'yishi.		

31-54	FX	“qoniqarsiz” – minimal darajadagi bilimlarni olish uchun qo‘shimcha mustaqil o‘zlashtirishi zarur	Davlat ta‘lim standartlari (talablari) doirasida faqat ayrim fragmentar bilimlarga ega bo‘lsa; Modul tayanch tushunchalarini to‘g‘ri ishlata olmasa yoki javob berishda jiddiy mantiqiy xatolarga yo‘l qo‘ysa; Seminar mashg‘ulotlarda passiv qatnashib, vazifalar bajarish madaniyatining past darajasiga ega bo‘lsa; Modulning tayanch tushunchalarini qiyinchilik bilan o‘zlashtirish va uni amaliy masalalarni yechishda qo‘pol xatoliklarga yo‘l qo‘yish;	2	Qoni- qar-siz
0-30	F	“mutloq Qoniqarsiz” – to‘liq qayta o‘zlashtirishi lozim	Davlat ta‘lim standartlari (talablari) doirasida faqat ayrim fragmentar bilimlarga ega bo‘lsa; Seminar mashg‘ulotlarda passiv qatnashib, vazifalar bajarish madaniyatining past darajasiga ega bo‘lsa yoki umuman bajarmasa; Seminar ko‘nikmalarga va kompetensiyalarga ega bo‘lmasa, o‘z xatolarini hatto pedagog xodim tavsiyalari yordamida ham to‘g‘rilay olmasa.		

YAKUNIY NAZORAT (YaN)

Yakuniy nazoratga 0 kredit ajratiladi. YaN modul yakunida test shaklida o‘tkaziladi. Bunda talabalarning kompetensiyalari va nazariy bilimlari tekshiriladi. Maksimal ball 100, o‘tish bali 55 ball. YaNda saralash balini yig‘omagan talaba YaNdan o‘tmagan va modulni o‘zlashtirmagan deb hisoblanadi (JN to‘liq kredinti yig‘gan bo‘lsa ham).

Kasalligi sababli yakuniy nazorat topshira olmagan talabalarga fakultet dekani farmoyishi asosida, o‘qishni boshlaganidan so‘ng ikki hafta muddatda topshirishga ruxsar beriladi.

Semestr yakunida yakuniy nazoratda saralash balidan kam ball to‘plagan talaba akademik qarzдор hisoblanadi.

Akademik qarzдор talabalarga semestr tugaganidan keyin qayta o‘zlashtirish uchun bir oy muddat beriladi. Shu muddat davomida modulni

o'zlashtira olmagan talaba fakultet dekani tavsiyasiga ko'ra belgilangan tartibda rektorning buyrug'i bilan talabalar safidan chetlashtiriladi.

Talaba nazorat natijalaridan norozi bo'lsa, modul bo'yicha nazorat turi natijalari e'lon qilingan vaqtdan boshlab bir kun mobaynida fakultet dekaniga ariza bilan murojaat etishi mumkin. Bunday holda fakultet dekani taqdimnomasiga ko'ra rektor buyrug'i bilan 3 (uch) a'zodan kam bo'lmagan tarkibda apellyatsiya komissiyasi tashkil etiladi.

Apellyatsiya komissiyasi talabalarning arizalarini ko'rib chiqib, shu kunning o'zida xulosasini bildiradi.

Baholashning o'rnatilgan talablar asosida belgilangan muddatlarda o'tkazilishi hamda rasmiylashtirilishi fakultet dekani, kafedra mudiri, o'quv bo'limi hamda ichki nazorat va monitoring bo'limi tomonidan nazorat qilinadi.

5. Asosiy va qo'shimcha o'quv adabiyotlar hamda axborot manbaalari

5.1. Asosiy adabiyotlar

1. Umarova Sh.Z. Farmatsevtikada boshqaruv asoslari. Darslik, Toshkent. UzR Fanlar akademiyasi "FAN" nashriyoti. 2015 yil, 360 b.
2. "Управление и экономика фармации" учебник. Под редакцией профессора Наркевича, Москва, Издательская группа "ГЕОТАР-медиа" 2017 г
3. Васнецова О.А. "Медицинское и фармацевтическое товароведение" учебник. Издание третье, переработанное и дополненное. Москва – 2016 г.

5.2. Qo'shimcha adabiyotlar

1. "Voyaga yetmaganlar uchun mo'ljallangan dori vositalarini reklama qilishga ruxsatnoma berish tartibi to'g'risida"gi Nizomni tasdiqlash haqida O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori, №341 15.12.2014 y.
2. Iste'molchilarning huquqlarini himoya qilish va reklama to'g'risidagi qonun hujjatlari talablariga rioya etilishi yuzasidan tahlil (o'rganish, ko'rik) o'tkazish tartibi to'g'risidagi yo'riqnomaga o'zgartirishlar kiritish to'g'risida" O'zbekiston Respublikasi Xususiy lashtirilgan korxonalarga ko'maklashish va raqobatni rivojlantirish davlat qo'mitasining qarori, reg. № MYu 2196-2, Qabul qilingan sana 27.12.2017, Kuchga kirish sanasi 28.12.2017 y.
3. O'zbekiston Respublikasi "Iste'molchilarning huquqini himoya qilish to'g'risida"gi Qonuni 1996 y 221-I -son o'zgartirish kiritildi 5.01.2018 y.
4. "Auditorlik to'g'risidagi Qonun". T , 26 may 2000 yil, o'zgartirish kiritildi 16.01.2019
5. O'zbekiston respublikasining mehnat kodeksi 21.12.1995 o'zgartirish kiritildi 24.05.2019 y

6. "Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida"gi O'zbekiston respublikasi Qonuniga o'zgartish va qo'shimchalar kiritish haqida" 2.05.2012 o'zgartirish kiritildi 21.03.2019 y.
7. Nosirova D.G., Soipova D.T. "Farmaytsiya faoliyatining nazorati va audit" o'quv-uslubiy ko'rsatma, Toshkent 2009. 101 b.
8. Saipova D.T. Farmatsevtik menejment fanidan o'quv-uslubiy ko'rsatmalar to'plami Toshkent 2011, 186 bet.
9. Саипова Д.Т. Тексты лекций по предмету Фармацевтический менеджмент. Ташкент 2015.-235с.
10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 5707-sonli Farmoni "2019-2021 yillarda respublikaning farmatsevtika tarmog'ini yanada jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"
11. Дрёмова Н.Б. "Маркетинг в фармации" Учебное пособие, Белгород – 2010г 272 с.
12. Л. К. Аверченко "Управление персоналом в организации" Учебное пособие, Новосибирск – 2015г 196 стр
13. "Dori vositalari va farmatsevtika faoliyati" to'g'risidagi O'zR Qonuniga o'zgartish va qo'shimchalar kiritish haqida Toshkent 2017y.
14. Azizov I.K. O'zbekiston Respublikasida giyohvandlik vositalari, psixotrop moddalar va prekursorlarning nazorati. o'quv-uslubiy ko'rsatma, Toshkent 2011 y. 376 bet.
15. Brayan Treysi "Taym-menedjment" Moskva 2016 g.

5.3. Internet saytlari

1. www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi xukumat portali.
2. www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.
3. <http://www.imcc.ru>
4. <http://www.ziynet.uz>
5. [Lex.uz.](http://www.lex.uz)
6. www.agros.uz
7. www.gov.uz
8. [www.http://www.gaap.ru](http://www.gaap.ru)
9. www.uz-control.uz
10. www.iso.uz

FARMATSEVTIKADA BOSHQARUV MODULIDAN SILLABUS
(9-semestr uchun)

Modulning to'liq nomi	Farmatsevtikada boshqaruv modulidan Sillabus		
Modul kodi:	Kredit soni: 4,5 Shundan: Joriy nazorat – 4.5 kredit ON - 0 kredit (o'tilishi majburiy) YaN- 0 kredit (o'tilishi majburiy)	Modul o'tilish davri: 9-semestr	ECTS value: 4.5
Ta'lim yo'nalishi	5510500 -Farmatsiya (Klinik farmatsiya)	5-bosqich bakalavrlari	
Modulning davomiyligi	18 hafta		
O'quv Soatlari hajmi	Jami soat: Shundan: Nazariy mashg'ulot amaliy mashg'ulot mustaqil ta'lim	135 34 34 67	
O'quv modulining statusi	Mutahassislik faniari modular bloki		
OTM nomi, manzili	Toshkent farmatsevtika instituti	Toshkent sh., Oybek ko'chasi, 45-uy	
Kafedra nomi	Farmatsevtika ishini tashkil qilish		
Mazkur kursning o'qituvchilari haqida ma'lumot			
Mashg'ulot vaqti va joyi			
Modulning mazmuni	Farmatsevtika faoliyatini zamonaviy talablar asosida tashkil etish uchun malakali boshqaruvchi kadrlarni tayyorlash bo'lib, ushbu maqsadga erishish uchun Farmatsevtikada boshqaruv mutaxassislik moduli bo'yicha bilim va ko'nikmalarni shakllantirish asosida respublika aholisi va davolash-profilaktika muassasalarini dori vositalari va tibbiyot buyumlariga bo'lgan talabini qondirishda samarali boshqaruv tizimini shakllantirish va uni rivojlantirishdir.		
Prerekvizitlar	“Farmatsevtika tashkilotlarida boshqaruv tizimi” modullari nazariy qismi hisoblanadi		

Postrekvizitlar	Farmatsevtikada boshqaruv moduli keyinchalik tibbiyot va farmatsevtikada boshqaruv, dori vositalarini sifatini ta'minlash va boshqarish, dori vositalarini standartlashtirish va sertifikatlashtirish, dori vositalarini ishlab chiqarish validatsiyasi va farmatsevtik ishlab chiqarish marketingi va menejmenti modullari uchun nazariy zamin bo'lib xizmat qiladi.
Modulning maqsadi	Modulni o'qitishdan maqsad – Farmasevtika faoliyatini zamonaviy talablar asosida tashkil etish uchun malakali boshqaruvchi kadrlarni tayyorlash bo'lib, ushbu maqsadga erishish uchun Farmasevtikada boshqaruv mutaxassislik fani bo'yicha bilim va ko'nikmalarni shakllantirish asosida respublika aholisi va davolash-profilaktika muassasalarini dori vositalari va tibbiyot buyumlariga bo'lgan talabini qondirishda samarali boshqaruv tizimini shakllantirish va uni rivojlantirishdir.
Modulning vazifalari	Modulning vazifalari – ushbu maqsadga erishish uchun bilim va ko'nikmalarni shakllantirish asosida respublika aholisi va davolash-profilaktika muassasalarining dori vositalari va tibbiyot buyumlariga bo'lgan talabini qondirishda samarali boshqaruv tizimini shakllantirish va uni rivojlantirish nazarda tutiladi.
Modul bo'yicha talabalar bilimi, ko'nikma va malakalariga qo'yiladigan talablar	<p>Talaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Farmatsevtikada boshqaruv mohiyati; - boshqaruv qarorlarini qabul qilish jarayoni va bosqichlari; - rahbarlik uslublari va ularning qo'llanishi to'g'risida tasavvurga ega bo'lishi; - xodimlar bilan ishni tashkillashtirish, kadrlar boshqaruvi; - boshqaruvning funksiyalari; - dorixona muassasalari va farmatsevtik korxonalarini boshqarish usullarini - farmatsevtik tovarlar narx siyosatini belgilashni bilish va ulardan foydalana olishi; - turli mulkchilik shaklidagi dorixonalar, farmatsevtik tashkilotlarni boshqarish tizimini tashkillashtirishni bilishi; - farmatsevtik boshqaruv muammolarining tahlili - Xalqaro sifat standartlari (GMP, GLP, GCP, GPP, GDP, ISO 9001) - istemolchilarning turi, talab va taklif tushunchalari bo'yicha ko'nikmalarga ega

	bo'lishi kerak.
Ta'lim berish usullari	Ma'ruza va amaliy mashg'ulotlar
Ta'minot	Videodars va videoroliklar, multimediyali o'qiv dasturlari, o'qitish metodikasidagi yangi texnologiyalar, o'quv uslubiy majmua, darslik va o'quv qo'llanmalar, mustaqil ish topshiriqlari, uyga beriladigan topshiriqlar, testlar, vaziyatli masalalar va boshqalar.

Kutilayotgan natijalar:

Modulni muvaffaqiyatli yakunlagan talaba biladi va bajara oladi:

- Farmasevtikada boshqaruv mohiyati;
- boshqaruv qarorlarini qabul qilish jarayoni va bosqichlari;
- rahbarlik uslublari va ularning qo'llanishi to'g'risida tasavvurga ega bo'lishi;
- xodimlar bilan ishni tashkillashtirish, kadrlar boshqaruvi;
- boshqaruvning funksiyalari;
- dorixona mussasalari va farmasevtik korxonalarini boshqarish usullarini
- farmasevtik tovarlar narx siyosatini belgilashni bilish va ulardan foydalana olishi;
- turli mulkchilik shaklidagi dorixonalar, farmasevtik tashkilotlarni boshqarish tizimini tashkillashtirishni bilishi;
- farmasevtik boshqaruv muammolarining tahlili
- Xalqaro sifat standartlari (GMP, GLP, GCP, GPP, GDP, ISO 9001)
- farmasevtikada marketing boshqaruvi
- bozor infratuzilmasi
- Marketing - miks
- istemolchilarning turi, talab va taklif tushunchalari bo'yicha ko'nikmalarga ega bo'lishi kerak.

FARMATSEVTIKADA BOSHQARUV MODULIDAN SILLABUS (10-semestr uchun)

Modulning to'liq nomi	Farmatsevtikada boshqaruv modulidan Sillabus		
Modul kodi:	Kredit soni: 3,0 Shundan: Joriy nazorat – 3 kredit ON - 0 kredit (o'tilishi majburiy) YaN- 0 kredit (o'tilishi	Modul o'tilish davri: 10-semestr	ECTS value: 3

	majburiy)	
Ta'lim yo'nalishi	5510500 -Farmatsiya (Klinik farmatsiya)	5-bosqich bakalavrlari
Modulning davomiyligi	16 hafta	
O'quv Soatlari hajmi	Jami soat: Shundan: Nazariy mashg'ulot amaliy mashg'ulot mustaqil ta'lim	135 34 34 67
O'quv modulining statusi	Mutahassislik faniari modular bloki	
OTM nomi, manzili	Toshkent farmatsevtika instituti	Toshkent sh., Oybek ko'chasi, 45-uy
Kafedra nomi	Farmatsevtika ishini tashkil qilish	
Mazkur kursning o'qituvchilari haqida ma'lumot		
Mashg'ulot vaqti va joyi		
Modulning mazmuni	Farmatsevtika faoliyatini zamonaviy talablar asosida tashkil etish uchun malakali boshqaruvchi kadrlarni tayyorlash bo'lib, ushbu maqsadga erishish uchun Farmatsevtikada boshqaruv mutaxassislik moduli bo'yicha bilim va ko'nikmalarni shakllantirish asosida respublika aholisi va davolash-profilaktika muassasalarini dori vositalari va tibbiyot buyumlariga bo'lgan talabini qondirishda samarali boshqaruv tizimini shakllantirish va uni rivojlantirishdir.	
Prerekvizitlar	"Farmatsevtika tashkilotlarida boshqaruv tizimi" modullari nazariy qismi hisoblanadi	
Postrekvizitlar	Farmatsevtikada boshqaruv moduli keyinchalik tibbiyot va farmatsevtikada boshqaruv, dori vositalarini sifatini ta'minlash va boshqarish, dori vositalarini standartlashtirish va sertifikatlashtirish, dori vositalarini ishlab chiqarish validatsiyasi va farmatsevtik ishlab chiqarish marketingi va menejmenti modullari uchun nazariy zamin bo'lib xizmat qiladi.	

Modulning maqsadi	Farmatsevtika bozorida marketingning o'ziga xos xususiyatlari. Farmatsevtik marketing funksiyalari, korxonalarda marketing tizimini tashkil etish, farmasevtika bozorida raqobatning turlari, kommunikativ siyosatni amalga oshirishda reklamanning ahamiyati, O'zbekiston Respublikasida farmatsevtika bozor infratuzilmasi, uning shakllanishi va o'ziga xos xususiyatlari, farmatsevtika bozorining kon'yukturasi tushunchalarini o'rgatish hamda ularni amaliyotda tatbiq etish ko'nikmasini hosil qilishdan iborat.
Modulning vazifalari	Marketing xizmatining tashkiliy tuzilmasi. Marketing axborot tizimini tashkil qilishda marketingni tashkil qilishning modellari. Farmasevtik marketing bo'limining funksiyalari va marketing rejasi, mahsulotlar raqobatbardoshligining ko'rsatkichlari, dori vositalarining reklamasining funksiyalari, savdo belgisi tushunchasi, marketing tizimida tovarning hayotiy davri tushunchalarini shakllantirishdan iboratdir.
Modul bo'yicha talabalar bilimi, ko'nikma va malakalariga qo'yiladigan talablar	<p>Talaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> - marketing tushunchasi va uning rivojlanish nazariyasi; - korxonalarda marketing tizimini tashkil etish; - farmasevtika bozorida raqobatning turlari bo'yicha tasavvurga ega bo'lishi; - farmatsevtika bozorining kon'yukturasi; - farmatsevtika bozori segmentatsiyasi; - Farmatsevtik tashkilotlar marketingining makromuxiti; - Farmatsevtik tashkilotlar marketingining mikromuxitini bilish va ulardan foydalana olishi; - farmatsevtikada marketing boshqaruvi - bozor infratuzilmasi - Marketing – miks ko'nikmalarga ega bo'lishi kerak.
Ta'lim berish usullari	Ma'ruza va amaliy mashg'ulotlar
Ta'minot	Videodars va videoroliklar, multimediyali o'qiv dasturlari, o'qitish metodikasidagi yangi texnologiyalar, o'quv uslubiy majmua, darslik va o'quv qo'llanmalar, mustaqil ish topshiriqlari, uyga beriladigan topshiriqlar, testlar, vaziyatli masalalar va boshqalar.

Kutilayotgan natijalar:**Modulni muvaffaqiyatli yakunlagan talaba biladi va bajara oladi:**

- Farmatsevtika bozori tizimida marketingning nazariy asoslari
 - Farmatsevtikada marketing jarayonini boshqarish
 - Farmatsevtik korxonalarida marketing tizimini tashkil etish
 - Farmatsevtika bozorida raqobat muhiti va farmatsevtik korxonaning raqobatbardoshligi
 - Dori vositalari reklamasining qonuniy asoslari va o'ziga xos xususiyatlari
 - O'zbekiston Respublikasida farmatsevtika bozor infratuzilmasi, uning shakllanishi va o'ziga xos xususiyatlari
 - Farmatsevtika bozorining kon'yunkturasi
 - Farmatsevtika bozorining segmentatsiya
 - Farmatsevtik tashkilotlar marketingining makromuxiti
 - Farmatsevtik tashkilotlar marketingining mikromuxiti
 - Farmatsevtika bozori tizimida tovar siyosati
 - Farmatsevtik tovarlarning bozordagi hayotiy davri
 - Farmatsevtik tovarlarga narxning shakllanishi, narx siyosati
 - Marketing tahlilini axborot manbalari bilan ta'minlanishi
 - Farmatsevtik marketing tadqiqotlari
 - Farmatsevtika faoliyatini tashkil etishda biznes va tadbirkorlik asoslari.
-