



**«ҰЛТТЫҚ МЕДИЦИНА УНИВЕРСИТЕТІ» АКЦИОНЕРЛІК ҚОҒАМЫ**  
**АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Председатель КОП «Фармация» и «ТФП»

Программа

Редакция: 1

Страница 1 из 8

Утверждаю  
Проректор по исследовательской деятельности  
Жусупов Б. С.



2019 г.

**ПРОГРАММА**  
**ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ**  
**ВЫПУСКНИКОВ МАГИСТРАТУРЫ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ**  
**6М110400 - «ФАРМАЦИЯ»**  
**НА 2018–2019 УЧЕБНЫЙ ГОД**  
**(профильное направление)**

Алматы, 2019 г.



«ҰЛТТЫҚ МЕДИЦИНА УНИВЕРСИТЕТІ» АКЦИОНЕРЛІК ҚОҒАМЫ  
АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Председатель КОП «Фармация» и «ТФП»

Программа

Редакция: 1


Страница 2 из 8

Программа обсуждена на заседании кафедры ОУЭФ и КФ,  
Протокол № 15 от «28» 03 2019 г.

Зав.кафедрой ОУЭФ и КФ, PhD  К.С. Жакипбеков

Программа согласована на заседании Комитета образовательных программ «Фармация» и «ТФП»

Протокол № 7, от «04» 04 2019 г.

Председатель КОП «Фармация» и «ТФП», профессор  Саякова Г.М.

Программа утверждена на заседании Академического совета АО «Национальный медицинский университет»

Протокол №     , от «    »      2019 г.

Председатель, проректор по академической деятельности, к.м.н.  Баильдинова К.Ж.



### Введение

**Менеджмент и маркетинг в фармации** как науки во всем мире пользуются заслуженным признанием. Фармацевтический менеджмент представляет собой процесс управления людьми, финансами, производством с целью достижения основной цели фармации – обеспечение населения эффективными лекарственными средствами, изделиями медицинского назначения, парафармацевтической продукции. На современном этапе развития общества управление аптечными организациями связано с расширением прав и ответственности в условиях рыночных отношений. Возникают новые цели и задачи, которые раньше фармацевтические организации самостоятельно не решали. Налаживаются новые хозяйственные связи, формируются рыночные механизмы управления. Все возникающие в связи с этим проблемы невозможно решить без современного профессионального менеджмента. В этой связи необходимо изучить следующие темы. Введение в фармацевтический менеджмент. Теория управления. Системы управления. Организационные модели. Стратегическое управление в фармации. Менеджмент как инструмент управления аптечной организации. Руководитель и аптечная организация. Стили управления. Методы и модели принятия решений в фармации. Управление кадрами, кадровый менеджмент.

Развитие рыночных отношений и конкурентной борьбы на фармацевтическом рынке вызывает необходимость научно-практического использования основных положений маркетинга и его особенностей в сфере лекарственного обеспечения населения. К ним относятся управление качеством фармацевтической деятельности, фармацевтический маркетинг, процесс управления маркетингом. Маркетинг способствует успешному регулированию на изменения в окружающей среде, на требования и запросы потребителей, обеспечивает принятие управленческих решений на основе маркетинговых решений и анализа возможностей организации. Знание и использование маркетинга обеспечивает предприятию успех в конкурентной борьбе и в конечном итоге – достижение целей, направленных на получение прибыли. Маркетинг имеет широкие границы применения: от момента планирования и разработки товара до послепродажного обслуживания и изучения реакции потребителей на него. Важное значение принадлежит маркетингу при выходе на международные рынки, увеличении экспорта товаров.

**Психология** – предмет и задачи психологии высшей школы. Психология образовательной и информационной среды. Социальная психология. Психологические методы и средства повышения эффективности и качества обучения в современных условиях. Профессиограмма и психограмма преподавателя вуза. Психологический портрет современного магистранта. Динамическая характеристика психологической структуры процесса обучения. Развитие интеллектуальных функций. Управление процессом обучения в конфликтных ситуациях. Психология педагогического общения и педагогического воздействия. Психологические особенности формирования и развития научно-педагогического коллектива. Психологическая служба вуза. Психодиагностика личности. Психопрофилактика педагогической деятельности.

#### **Цель комплексного экзамена:**

Формирование у обучающихся современного управленческого мышления и способностей решать разнообразные хозяйственные, социальные, психологические проблемы с использованием современных приемов и средств. Формирование знаний по общим характеристикам рынка, социально-экономическим особенностям сферы лекарственного обеспечения населения, концепциям социально-этического маркетинга, сущности и направления практического применения комплекса маркетинга: товара, организации его распределения и реализации, цены, маркетинговых коммуникаций.

#### **Задачи комплексного экзамена:**

- иметь представление - о современных направлениях развития и достижениях здравоохранения и фармации; об актуальных проблемах здравоохранения и фармации и современных методах их решения; об основных задачах профессиональной работы в сфере



производства и обращения лекарственных средств; о задачах и способах реализации инновационного развития фармацевтического сектора в условиях казахстанской экономики; о взаимосвязи между различными областями современных фармацевтических, медицинских и естественнонаучных знаний, их связь с социально-экономическими процессами; о современной научной информации и использовании ее в своей профессиональной деятельности; о современных методах статистического анализа данных.

- формировать знания по тенденции развития фармации и современного состояния фармацевтической науки в мире и в Республике Казахстан; сущности менеджмента, его объекта и условий в которых он функционирует, содержания процесса менеджмента; проблем управления развитием, изменениями, группами, конфликтами и стрессами; связующих процессов менеджмента, а также форм и методов обеспечения эффективного управления; по основным положениям маркетинга в фармации: значение маркетинга, его сущность, принципы и функции; рынок как объект маркетинга, по управлению фармацевтическим маркетингом и маркетинговым исследованиям и информации; маркетинговой политике коммуникаций и маркетинговому контролю, а также международному маркетингу;

- формирование умений правильно определить сущность и содержание процессов управления, руководства, предпринимательства и менеджмента, провести анализ внутренней и внешней среды объекта менеджмента, социальных и психологических факторов, определяющих эффективность взаимодействия и связующих процессов менеджмента; наладить процессы коммуникаций, принятия решений; обеспечить эффективное управление организацией; формирование умений правильно определить условия существования рынка, его классификацию по различным признакам, элементы рынка, предметы фармацевтического рынка, субъекты, комплекс маркетинга – товар, цена, сбыт, продвижение;

- формирование навыков - использования знаний и умений для организации предприятий, определения их миссии, целей, задач, стратегии и тактики функционирования объекта менеджмента для практического использования принципов мотивации, выбора эффективного стиля руководства и лидерства, навыков управления группами, конфликтами, стрессами, управления социальными процессами, организационным развитием и изменениями на предприятии; решения задач кадрового менеджмента и ведения делопроизводства в фармацевтических организациях; организации коммуникаций и взаимодействия на предприятиях; использование моделей и методов рационального решения проблем; управления конкретными процессами и объектами на предприятиях; создания и использования моделей для описания и прогнозирования различных процессов и явлений.

### **Перечень вопросов для комплексного экзамена для магистрантов по специальности 6М110400 – Фармация**

#### **Менеджмент и маркетинг в фармации**

1. Менеджмент как инструмент управления аптечной организацией, внешние и внутренние факторы, оказывающие влияние на практическую работу руководителя фармацевтической организации.
2. Особенности планирования и организации фармацевтической деятельности, контроль фармацевтической деятельности Республики Казахстан.
3. Основные законы управления фармацевтической организацией. Объекты и субъекты в фармацевтическом менеджменте.
4. Методы управления в фармацевтическом менеджменте, стратегическое управление в фармации. Руководитель и фармацевтическая организация, управленческие решения и их виды, на примере фармацевтической организации.
5. Кадровый менеджмент, основные принципы и направления фармацевтической организации. Структурное разделение труда в фармацевтических организациях.
6. Определение фармацевтического маркетинга, виды, субъекты и задачи фармацевтического маркетинга. Процесс управления фармацевтическим маркетингом Республики Казахстан.



7. Организационная структура маркетинговых служб. Социальные функции маркетинга в сфере обращения лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники.
8. Сбор информации о конкурентах и SWOT-анализ.
9. Маркетинговая среда в медицине и фармации.
10. Среда прямого воздействия в сфере обращения лекарственных средств, среда косвенного воздействия. Жизненный цикл товара (ЖЦТ) в сфере обращения лекарственных средств.
11. Маркетинг и объекты исследования в фармации в сфере обращения лекарственных средств в РК.
12. Принципы ценообразования в фармации в Казахстане.
13. Методические основы исследования маркетинга в сфере обращения лекарственных средств. Правила и процедуры маркетинговых исследований в фармации.
14. Комплекс маркетинговых коммуникаций и его формирование. Система управления маркетинговыми коммуникациями. Система маркетинговой информации.
15. Исследование рынка лекарственных средств. Стратегии продвижения товара в фармации.
16. Изучение количественных характеристик рынка в сфере обращения лекарственных средств.
17. Сегментация рынка и целевой рынок в сфере обращения лекарственных средств.
18. Принципы государственного регулирования и управления в области здравоохранения, отраженные в Кодексе Республики Казахстан «О здоровье народа и системе здравоохранения» от 18 сентября 2009 года № 193-IV (с изменениями и дополнениями по состоянию на 06.04.2015г).
19. Нормативно-правовое регулирование фармацевтической деятельности и обращения лекарственных средств в Республике Казахстан.
20. Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года № 274-IV, права потребителей.
21. Закон Республики Казахстан «О рекламе лекарственных средств» от 19 декабря 2003 года № 508-III. Общие требования к рекламе лекарственных средств (с изменениями и дополнениями по состоянию на 19.06.2007г).
22. Правовой статус, социальная защита медицинских и фармацевтических работников в Республике Казахстан.
23. Кодекс чести медицинских и фармацевтических работников Республики Казахстан.
24. Закон Республики Казахстан «О техническом регулировании» от 19 ноября 2004 года № 603-III. Сертификат соответствия.
25. Цели и принципы государственного лицензирования фармацевтической деятельности. Условия и порядок выдачи лицензий, ответственность за нарушение законодательства о лицензировании.
26. Понятие «управленческая технология», виды управленческих технологий.
27. Системы управления, виды школ менеджмента.
28. Основные ресурсы фармацевтической организации.
29. Классификация видов менеджмента.
30. Функции менеджмента.
31. Виды функций фармацевтического менеджмента.
32. Понятие «организация», признаки организации.
33. Законы и принципы формирования организации.
34. Этапы развития жизненного цикла организации.
35. Менеджмент как инструмент управления аптечной организацией.
36. Особенности и свойства фармацевтической организации.
37. Руководитель и аптечная организация.
38. Функции руководителя фармацевтической организации.
39. Характеристика современных стилей руководства.



40. Этапы принятия управленческих решений.
41. Моделирование процесса принятия решений.
42. Методы принятия решений, характеристика методов.
43. Процесс оформления принятого управленческого решения, основные формы.
44. Трудовой коллектив фармацевтической организации, понятие.
45. Основные принципы и направления кадрового менеджмента.
46. Основные операции в работе менеджера и требования, предъявляемые к компетенции менеджера.
47. Концепция стилей лидерства и управления по К.Левину.
48. Характерные черты руководителя демократического стиля.
49. Характерные черты руководителя либерального и авторитарного стилей.
50. Особенности фармацевтического маркетинга.

### Психология

1. Предмет, задачи общей и медицинской психологии.
2. Роль и место психологии в системе научного знания.
3. Классификация психических явлений.
4. Характеристика психических процессов.
5. Характеристика психических состояний.
6. Нарушения функционирования психических процессов.
7. Нарушения функционирования психических состояний.
8. Индивидуально-типологические особенности личности: темперамент.
9. Индивидуально-типологические особенности личности: характер. Акцентуации характера.
10. Индивидуально-типологические особенности личности: способности.
11. Понятие о личности. Структура личности.
12. Психоаналитические теории личности: основные понятия, положения, принципы.
13. Теории личности в когнитивном направлении психологии: основные понятия, положения, принципы.
14. Теории личности в бихевиоральном направлении психологии: основные понятия, положения, принципы.
15. Теории личности в экзистенциально-гуманистическом направлении психологии: основные понятия, положения, принципы.
16. Понятие о группе и коллективе.
17. Межличностные отношения в группе и коллективе. Характер взаимоотношений в группе.
18. Конфликты: внутриличностные, межличностные, между личностью и группой и межгрупповые.
19. Способы разрешения конфликтной ситуации.
20. Понятие о психическом здоровье личности. Уровни психического здоровья.
21. Влияние внутриличностных факторов и факторов социальной среды на психическое здоровье человека.
22. Место и значение психогигиены и психопрофилактики в структуре психологической помощи.
23. Личностно-ориентированный подход в профессиональном становлении специалиста.
24. Психологические особенности личности врача. Психологические требования к личности врача.
25. Проблема формирования профессионально важных качеств личности врача.



## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### По дисциплине «Менеджмент и маркетинг в фармации»

1. Кодекс Республики Казахстан от 18 сентября 2009 года № 193-IV «О здоровье народа и системе здравоохранения» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.01.2018 г.)
2. Указ Президента Республики Казахстан от 15 января 2016 года № 176 «Об утверждении Государственной программы развития здравоохранения Республики Казахстан «Денсаулық» на 2016 - 2019 годы».
3. Трудовой кодексе Республики Казахстан от 23 ноября 2015 года № 414-V (с изменениями и дополнениями по состоянию на 16.04.2018 г.)
4. Арыстанов, Ж. М. Менеджмент и маркетинг в фармации: учебное пособие / Ж. М. Арыстанов, А. Т. Токсеитова. - Алматы : Эверо, 2018. - 532 с.
5. Арыстанов, Ж. М. Фармация саласындағы менеджмент негіздері [Мәтін] : оқу құралы / Ж. М. Арыстанов. - Алматы : Эверо, 2012. - 156 б.
6. Арыстанов, Ж. М. Управление и экономика фармации: учебник / Ж. М. Арыстанов. - Алматы : Эверо, 2015. - 728 с.
7. Арыстанов, Ж. М. Фармацияның басқарылуы және экономиясы [Мәтін] : оқулық / Ж. М. Арыстанов. - Алматы : Эверо, 2012. - 420 б.
8. Арыстанов, Ж. М. Фармация саласындағы менеджмент және маркетинг [Мәтін] : оқу құралы / Ж. М. Арыстанов. - Алматы : Эверо, 2018. - 204 б.
9. Маркетингова політика комунікацій у фармації: моногр. / З.М. Мнушко, О.М. Євтушенко, О.Ю. Рогуля, А.Б. Ольховська, Л.П. Дорохова, О.В Шуванова, Н.В Сотникова; За ред. проф. З.М.Мнушко. – Х.: НФаУ, 2010. – 168 с.
10. Мнушко З.М., Півень О.П., Рахман М.С. Практикум з промислового маркетингу: навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. - Х.: НФаУ, 2013. - 228 с.
11. Пестун І. В. Маркетингове управління в системі забезпечення населення ліками: монографія / І. В. Пестун, З. М. Мнушко. -Х.: НФаУ, 2013. -272 с.
12. Менеджмент. Бизнес. Аналитика. Сборник статей слушателей программы МВА. - Алматы: Международная Академия Бизнеса, 2014. – 456 с.
13. Дрёмова Н.Б. Маркетинг в фармации: учебное пособие. – Белгород: БелГУ, 2010. – 272 с.
14. Ткаченко Н.А., Демченко В.А., Червоненко Н.М., Заричная Т.П. Менеджмент и маркетинг в фармации и парфюмерно-косметической отрасли: учебно-методическое пособие. - Запорожье: ЗГМУ, 2015. – 162 с.
15. Суслов Н. И., Добрусина М. Е., Чуринов А. А., Лосев Е. А. Фармацевтический маркетинг: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / - М. : Издательство Юрайт, 2016. - 319 с. - (Серия : Университеты России).
16. Демченко В.А., Ткаченко Н.А., Червоненко Н.М., Заричная Т.П. Менеджмент в фармации: учебно-методическое пособие. – Запорожье: ЗГМУ, 2017. –192 с.
17. Ding M., Eliashberg J., Stremersch S. (Ed.) Innovation and Marketing in the Pharmaceutical Industry. Emerging Practices, Research, and Policies. - Springer Science+Business Media, 2014. - 763 p.

### Литература:

#### По дисциплине: Психология

##### Основная литература:

1. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии, «Питер», СПб, 2011.
2. Карвасарский Б.Д. Медицинская психология. Учебник для медицинских вузов, 2014.
3. Столяренко Л.Д. Психология. Уч. д/вузов, 2012.
4. Столяренко Л.Д. Основы психологии. Феникс, Ростов-на-Дону, 2013
5. Мягков И.Ф., Боков С.Н., Чаева С.И. Медицинская психология. Учебник для вузов, 2012.
6. Клиническая психология. Под ред. Б.Д. Карвасарского. Национальная медицинская библиотека. Питер, 2014.



7. Маклаков А.Г. Общая психология. СПб, 2013.
8. Акимова С., Гуревич. К. Психологическая диагностика. Учебник для вузов, 2012.

**Дополнительная литература:**

1. Абрамова Г.С. Практическая психология. М., 2011.
2. Вачков И.В. Основы технологии группового тренинга, М: Изд-во "Ось-89", 2009.
3. Куницына В.Н., Козаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение. Уч. пособие для вузов, «Питер», СПб, 2011.
4. Лидерс А.Г. Психологический тренинг с подростками. Уч. пос., 2014
5. Сидоров П.И. Клиническая психология. М.:ГЭОТАР-МЕД, 2012.
6. Соколова Е.Е. Введение в психологию. Москва, Academ'a, 2015.

**На казахском языке:**

**Основная литература:**

1. Жарыкбаев К. Б. Жантану негіздері. Алматы, 2012
2. Сабет Бап - Баба. Жантану негіздері. Алматы, 2011

**Дополнительная литература:**

1. Елікбаев Н. Психология. Алматы: База университеті; 2012.
2. Илешева Р. Медициналық психология. Алматы, 2014, Санат.