

Министерство здравоохранения Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования «Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический
 университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации
 (ФГБОУ ВО СПбХФУ Минздрава России)

Фармацевтический факультет
Кафедра управления и экономики фармации

СОГЛАСОВАНО

Начальник отдела подготовки
 кадров высшей квалификации

И.А. Титович

«*И.А. Титович*» 20 *19* г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Ю.Г. Ильинова

«*Ю.Г. Ильинова*» 20 *19* г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.02 Количественные методы исследования в маркетинге

Направление подготовки: 33.06.01 Фармация

Направленность (профиль): Организация фармацевтического дела

Форма обучения: очная

Год обучения: 1, семестр: 2

№	Вид деятельности	Семестр
		2
1	Лекции, час.	18
2	Семинарские занятия, час	-
3	Практические занятия, час	-
4	Лабораторные занятия, час	-
5	Консультации, час	4
6	Занятий в активной и интерактивной форме, час	-
7	Самостоятельная работа, час	84
8	Курсовая работа / курсовой проект (КР, КП)	-
9	Форма промежуточной аттестации (экзамен, зачет, дифференцированный зачет), час	3, 2
10	Всего часов	108
11	Всего зачетных единиц	3

Санкт-Петербург - 2019

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - программ подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре по направлению 33.06.01 Фармация, утвержденного приказом Минобрнауки России от 03.09.2014 г. №1201.

Место дисциплины в структуре учебного плана: Блок 1 Дисциплины (модуля), вариативная часть, дисциплины модули по выбору (ДВ1)

Программа утверждена решением совета фармацевтического факультета, протокол от 21 июня 2019 г. № 9.

Рабочую программу разработали
Доцент кафедры управления и экономики
фармации
кандидат экономических наук

И.О. Трушникова

Профессор кафедры управления и экономики
фармации,
Доктор фармацевтических наук, доцент

О.Д. Немятых

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры управления и экономики фармации,
протокол от 20.06.2019 №9

Заведующий кафедрой управления и
экономики фармации, ответственный за
реализацию дисциплины:
доктор фармацевтических наук, профессор

И.А. Наркевич

Ответственный за образовательную программу:

Профессор кафедры управления и экономики
фармации,
Доктор фармацевтических наук, доцент

О.Д. Немятых

Председатель методической комиссии
факультета:
доцент кафедры фармакогнозии, кандидат
фармацевтических наук, доцент

Е.В. Жохова

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Количественные исследования в маркетинге» реализуется в рамках образовательной программы подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре по направлению подготовки 33.06.01 Фармация, направленность (профиль) Организация фармацевтического дела в очной форме обучения на русском языке.

Дисциплина «Количественные исследования в маркетинге» реализуется во втором семестре Блока 1 в рамках вариативной части дисциплин (модулей) по выбору (ДВ1).

Дисциплина «Количественные исследования в маркетинге» создает условия для реализации Б1.В.ДВ.02.01 «Современные информационные технологии», Б2.В.01.01.02(П) «Научно-исследовательская практика», Б3.В.01.01 (02) (Н) «Научно-исследовательская деятельность».

2. Внешние требования к дисциплине

Таблица 2.1

Компетенция ОПК-4 Готовностью к внедрению разработанных методов и методик, направленных на рациональное, эффективное и безопасное использование лекарственных средств, в части следующих индикаторов ее достижения:	
ОПК-4.1.	Апробирует методы и методики, направленные на рациональное, эффективное и безопасное использование лекарственных средств для последующего внедрения
Компетенция ПК-1 Способностью разрабатывать основы управления деятельностью субъектов фармацевтического рынка, в части следующих индикаторов ее достижения:	
ПК-1.1.	Исследует особенности маркетинга и менеджмента при осуществлении деятельности в сфере обращения лекарственных средств
ПК-1.2.	Разрабатывает обоснованные управленческие решения в области ценообразования на товары аптечного ассортимента на основе государственного регулирования ценообразования в области лекарственных средств
Компетенция ПК-2 способность к совершенствованию подходов менеджмента медицинских и фармацевтических организаций в госпитальном сегменте, в части следующих индикаторов ее достижения:	
ПК-2.1.	Осуществляет оценку тенденций на фармацевтическом рынке на основе вторичной маркетинговой информации

3. Требования к результатам обучения по дисциплине

Таблица 3.1

Результаты обучения по дисциплине по уровням освоения (иметь представление, знать, уметь, владеть)	Формы организации занятий			
	Лекции	Практические занятия / семинары	Лабораторные работы	Самостоятельная работа
ОПК-4.1- Апробирует методы и методики, направленные на рациональное, эффективное и безопасное использование лекарственных средств для последующего внедрения				
1. Знать сущность методик количественного анализа в маркетинге и их практическую значимость для рационального использования лекарственных средств; современную нормативно-правовую базу, которая регламентирует проведение количественных	+			+

исследований на фармацевтическом рынке; стандарты качества и основной инструментарий количественных исследований; организационные формы проведения маркетинговых исследований.				
2.Знать современный инструментарий для проведения количественных исследований и анализа в маркетинге; принципы работы маркетинговой информационной системы, системы поддержки решений при принятии управленческих решений в области рационального и безопасного использования лекарственных средств.	+			+
3.Уметь составлять концептуальную модель количественного исследования, анализа (в том числе анализа рационального использования лекарственных средств)	-			+
4.Уметь собирать, интерпретировать и анализировать данные, полученные в ходе полевых и кабинетных исследований для принятия управленческих решений в области эффективного использования лекарственных средств.				+
ПК-1.1- Исследует особенности маркетинга и менеджмента при осуществлении деятельности в сфере обращения лекарственных средств				
5.Знать основные типы переменных и шкал для измерения переменных	+			+
6.Уметь выбирать метод анализа данных при решении конкретной управленческой проблемы	-			+
7.Знать методы классификационного анализа (факторный, кластерный и дискриминантный анализ)	+			+
8.Знать методы анализа влияния (корреляционно-регрессионный, дисперсионный анализ)	+			+
ПК-1.2-Разрабатывает обоснованные управленческие решения в области ценообразования на товары аптечного ассортимента на основе государственного регулирования ценообразования в области лекарственных средств				
9. Уметь проводить комплексную оценку влияния факторов на цену товаров аптечного ассортимента	-			+
10.Уметь интерпретировать полученные результаты анализа для принятия управленческих решений в области ценообразования.	-			
ПК-2.1-Осуществляет оценку тенденций на фармацевтическом рынке на основе вторичной маркетинговой информации				
11.Знать методы контентного анализа вторичной информации	+			+
12. Знать методы мета-анализа вторичных данных	+			+

4. Содержание и структура дисциплины

4.1. Общая структура дисциплины

Таблица 4.1

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (дидактической единицы)	Аннотированное содержание раздела дисциплины
4.1.1	Концептуальная модель и дизайн количественного исследования.	Маркетинговой информационной системы, современная нормативно-правовая база, стандарты качества. Концептуальная модель количественного исследования и дизайн исследования. Постановка гипотез и проблемы измерения данных исследования. Виды шкал и переменных. Типы выборки и определение ее объема.
4.1.2	Методы количественных исследований и анализа первичных данных	Кодирование и ввод данных. Описательная статистика, таблицы сопряженности. Методы анализа влияния данных (корреляционно-регрессионный, дисперсионный), методы классификационного анализа (кластерный, факторный и дискриминантный анализ).
4.1.3	Методы количественных исследований и анализа вторичных данных.	Мета-анализ, контент анализ вторичной информации. Интерпретация полученных данных для принятия управленческих решений в области ценообразования

4.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий

Таблица 4.2

Темы лекций	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения
1. Количественные методы исследований в качественной системе поддержки решений при принятии управленческих решений в области рационального и безопасного использования лекарственных средств. Принципы работы маркетинговой информационной системы, современная нормативно-правовая база, стандарты качества и организационные формы проведения маркетинговых исследований.	0	2	1,2
2. Концептуальная модель количественного исследования. Дизайн исследования. Постановка гипотез. Проблемы измерения данных исследования. Шкалирование.	0	4	2,5
3. Методы выборки и определение объема выборки. Разработка форм сбора данных (анкеты/опросника). Метрические и не метрические переменные. Кодирование и ввод данных в статистические пакеты программного обеспечения. Методы анализа влияния.	0	4	5,8,
4. Методы классификационного анализа данных (факторный, кластерный, дискриминантный).	0	4	6,7

Комплексная оценка факторов, влияющих на цену товаров аптечного ассортимента.			
5. Метод контент-анализа и мета-анализа вторичной информации. Интерпретация полученных данных для принятия управленческих решений в области ценообразования	0	4	1,4,11,12

Таблица 4.3

Темы практических занятий	Активные и интерактивные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
<i>Не предусмотрены</i>				

Таблица 4.4

Темы лабораторных занятий	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
<i>Не предусмотрены</i>			

4.3. Самостоятельная работа обучающихся

Таблица 4.5

№	Виды самостоятельной работы	Ссылки на результаты обучения	Часы на выполнение	Часы на консультации
1	Самостоятельная работа с нормативными документами и теоретическими материалами	1,2	10	0
	Изучают нормативные документы, регламентирующие проведение количественных исследований в маркетинге, также теоретические материалы, составляют глоссарий. Немятых О.Д. Количественные исследования в маркетинге : электронный учебно-методический комплекс / О.Д. Немятых, И.О. Трушникова ; ФГБОУ ВО СПХФУ Минздрава России. – Санкт-Петербург, [2019]. – Текст электронный // ЭИОС СПХФУ : [сайт]. – URL: http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=1894 . — Режим доступа: для авторизир. пользователей.			
2	Подготовка реферата и презентации	1-9,11,12	30	2
	Реферат выполняется в течение всего семестра. Обучающийся выбирает тему из перечня предложенных. Реферат должен быть структурирован и оформлен в соответствии с утвержденными программой требованиями. Немятых О.Д. Количественные исследования в маркетинге : электронный учебно-методический комплекс / О.Д. Немятых, И.О. Трушникова ; ФГБОУ ВО СПХФУ Минздрава России. – Санкт-Петербург, [2019]. – Текст электронный // ЭИОС СПХФУ : [сайт]. – URL: http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=1894 . — Режим доступа: для авторизир. пользователей.			
3	Подготовка элементов портфолио	3-9,11,12	20	0
	Обучающиеся самостоятельно изучают материалы по темам, готовят элементы портфолио: - концептуальная модель исследования, дизайн, методы и инструменты проведения и анализа. Немятых О.Д. Количественные исследования в маркетинге : электронный учебно-			

	методический комплекс / О.Д. Немятых, И.О. Трушникова ; ФГБОУ ВО СПХФУ Минздрава России. – Санкт-Петербург, [2019]. – Текст электронный // ЭИОС СПХФУ : [сайт]. – URL: http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=1894 . — Режим доступа: для авторизир. пользователей.			
	Оформление портфолио к промежуточной аттестации. Подготовка к зачету	3-9,11,12	24	2
4	Аспиранты оформляют портфолио (коллекцию работ), которое является основой для проведения аттестации по дисциплине. Немятых О.Д. Количественные исследования в маркетинге : электронный учебно-методический комплекс / О.Д. Немятых, И.О. Трушникова ; ФГБОУ ВО СПХФУ Минздрава России. – Санкт-Петербург, [2019]. – Текст электронный // ЭИОС СПХФУ : [сайт]. – URL: http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=1894 . — Режим доступа: для авторизир. пользователей.			

5. Образовательные технологии

В ходе реализации учебного процесса по дисциплине проводятся лекционные занятия. Темы, рассматриваемые на лекциях и изучаемые самостоятельно, закрепляются на лекционных занятиях, по вопросам, вызывающим затруднения, проводятся консультации.

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии (таблица 5.1).

Таблица 5.1

Информирование	edu.spcpu.ru/course/view.php?id=1894
Консультирование	edu.spcpu.ru/course/view.php?id=1894
Контроль	edu.spcpu.ru/course/view.php?id=1894
Размещение учебных материалов	edu.spcpu.ru/course/view.php?id=1894

6. Правила аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Общая характеристика форм текущего контроля и промежуточной аттестации

По дисциплине «Количественные исследования в маркетинге» проводится текущий контроль и промежуточная аттестация.

6.1.1. Характеристика форм текущего контроля по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине «Количественные исследования в маркетинге» заключается в оценке активности обучающегося, а также тестировании.

Таблица 6.1

Наименование или номер раздела дисциплины	Наименование оценочного средства
4.1.1 Концептуальная модель и дизайн количественного исследования.	Портфолио Реферат Тестирование
4.1.2 Методы количественных исследований и анализа первичных данных	
4.1.3 Методы количественных исследований и анализа вторичных данных.	

6.1.2. Характеристика промежуточной аттестации по дисциплине

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится по завершению ее освоения в форме зачета – защиты портфолио, включающего все результаты самостоятельной работы. По результатам аттестации выставляется оценка: «зачтено», «не зачтено».

Если по итогам проведенной аттестации компетенция не сформирована на уровне требований к дисциплине (результаты обучающегося не соответствуют критерию сформированности компетенции), обучающемуся выставляется оценка «не зачтено».

Таблица 6.2

№ семестра	Форма промежуточной аттестации	Наименование оценочного средства
Семестр 2	Зачет	Портфолио

Требования к структуре и содержанию оценочных средств представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине (Приложение 1).

6.1.3. Соответствие форм аттестации по дисциплине формируемым компетенциям

В таблице 6.3 представлено соответствие форм текущего контроля и промежуточной аттестации заявляемым требованиям к результатам обучения по дисциплине.

Таблица 6.3

Коды компетенций ФГОС	Индикаторы достижения компетенций	Формы аттестации	
		Текущий контроль	ПА
		подготовка портфолио	устное собеседование
ОПК-4	ОПК-4.1- Апробирует методы и методики, направленные на рациональное, эффективное и безопасное использование лекарственных средств для последующего внедрения	+	+
ПК-1	ПК-1.1- Исследует особенности маркетинга и менеджмента при осуществлении деятельности в сфере обращения лекарственных средств	+	+
	ПК-1.2- Разрабатывает обоснованные управленческие решения в области ценообразования на товары аптечного ассортимента на основе государственного регулирования ценообразования в области лекарственных средств	+	+
ПК-2	ПК-2.1- Осуществляет оценку тенденций на фармацевтическом рынке на основе вторичной маркетинговой информации	+	+

Таблица 6.4 иллюстрирует соответствие структуры оценочных средств промежуточной аттестации результатам обучения по дисциплине.

Таблица 6.4

Код индикатора достижения компетенции	Ссылка на результаты обучения по дисциплине	Семестр 2	
		Зачет	
		Портфолио	
ОПК-4.1	1	+	
	2	+	
	3	+	
	4	+	
ПК-1.1	5	+	
	6	+	

	7	+
	8	+
ПК-2.1	9	+
	10	+
ПК-2.1	11	+
	12	+

6.2. Порядок проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Текущий контроль проводится в рамках самостоятельной работы в виде подготовки элементов и оформления портфолио, реферата с презентацией, а также тестового задания. **Тест** состоит из 10 заданий с выбором 1 правильного ответа. Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся ответил правильно на 7 и более заданий. Оценка «не зачтено» выставляется, если обучающийся указал менее 7 правильных ответов. Все тесты являются элементами портфолио.. Получение «зачтено» по всем видам текущего контроля является основанием проведения промежуточной аттестации по дисциплине. **Реферат.** В рамках самостоятельной работы обучающиеся выполняют реферат. Задание оценивается как «зачтено – не зачтено». Задание считается выполненным и обучающемуся ставится «зачтено», если обучающийся полностью раскрыл заданную ему тему, четко сформулировал выводы и ответил на вопросы преподавателя. Для получения «зачтено» обучающемуся достаточно подготовить один реферат.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме устного собеседования по представленному портфолио, включающему титульный лист и все выполненные им в процессе изучения дисциплины работы – разработка схемы фармацевтической разработки, глоссария, реферата и презентации.

По результатам аттестации выставляется оценка: «зачтено», «не зачтено».

Если по итогам проведенной аттестации компетенция не сформирована на уровне требований к дисциплине (результаты обучающегося не соответствуют критерию сформированности компетенции), обучающемуся выставляется оценка «не зачтено».

6.3. Критерии оценки сформированности компетенций в рамках промежуточной аттестации по дисциплине

Таблица 6.5

Код компетенции	Показатель сформированности (индикатор достижения компетенции)	Структурные элементы оценочных средств	Критерии оценки сформированности компетенции	
			не сформирована	сформирована
ОПК-4	ОПК-4.1. Апробирует методы и методики, направленные на рациональное, эффективное и безопасное использование лекарственных средств для последующего внедрения.	Портфолио	Не владеет методами и методиками, направленными на рациональное и эффективное использование лекарственных средств, допускает существенные ошибки	Владеет методами и методиками, направленными на рациональное и эффективное использование лекарственных средств, может допускать некоторые ошибки

ПК-1	<p>ПК-1.1 Исследует особенности маркетинга и менеджмента при осуществлении деятельности в сфере обращения лекарственных средств</p> <p>ПК-1.2 Разрабатывает обоснованные управленческие решения в области ценообразования на товары аптечного ассортимента на основе государственного регулирования ценообразования в области лекарственных средств</p>	<p>Не владеет (количественными) методами исследования маркетинга и менеджмента в сфере обращения лекарственных средств, допускает существенные ошибки</p> <p>Не способен разрабатывать управленческие решения в области ценообразования на основе использования количественных методов, допускает существенные ошибки</p>	<p>Владеет (количественными) методами исследования маркетинга и менеджмента в сфере обращения лекарственных средств, может допускать некоторые ошибки</p> <p>Способен разрабатывать управленческие решения в области ценообразования на основе использования количественных методов, допускает некоторые ошибки</p>
	ПК-2	<p>ПК-2.1 Осуществляет оценку тенденций на фармацевтическом рынке на основе вторичной маркетинговой информации</p>	<p>Не способен осуществлять оценку тенденций на фармацевтическом рынке на основе мета анализа и контент-анализа вторичных данных, допускает существенные ошибки</p>

Компетенция считается сформированной на уровне требований к дисциплине в соответствии с образовательной программой, если по итогам применения оценочных средств или их отдельных элементов результаты, демонстрируемые обучающимся, отвечают критерию сформированности компетенции.

6.4. Критерии выставления оценок по результатам промежуточной аттестации по дисциплине

Оценка «зачтено» выставляется аспиранту при условии получения оценок «зачтено» по всем выполненным им в процессе изучения дисциплины работам, входящим в состав портфолио. Реферат предполагает углубленное изучение материала по теме. Структура и содержание реферата определяются обучающимися самостоятельно в зависимости от выбранной тематики.

Оценивается реферат с использованием шкалы оценок «не зачтено», «зачтено». Оценка «зачтено», означает успешное прохождение промежуточной аттестации. Уровень качества выполнения реферата определяется по следующим критериям.

1. Оценка «зачтено» предполагает представление реферата, оформленного в соответствии с установленными требованиями, демонстрацией свободного владения основными терминами и понятиями дисциплины, последовательным и логичным изложением материала; логически завершенными выводами и обобщениями.

2. Оценка «не зачтено» предполагает не представление реферата, либо представление реферата, оформленного не в соответствии с установленными требованиями, допускает существенные ошибки при изложении материала, которые не может исправить даже при помощи преподавателя.

Если по итогам проведенной промежуточной аттестации компетенция не сформирована на уровне требований к дисциплине в соответствии с образовательной программой (результаты обучающегося не соответствуют критерию сформированности компетенции), обучающемуся выставляется оценка «не зачтено».

7. Литература

Основная литература

1. Управление и экономика фармации [Электронный ресурс] / под ред. И. А. Наркевича – Электрон.текстовые данные. - Москва. : ГЭОТАР-Медиа, 2017. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970442265.html>. – Загл. с экрана.

Дополнительная литература (в том числе учебная)

1. Маркетинг [Электронный ресурс] / И. В. Липсиц [и др.] ; под ред. И.В. Липсица. – Электрон.текстовые данные. - Москва. : ГЭОТАР-Медиа, 2012. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970421123.html>. – Загл. С экрана.

Интернет-ресурсы

Таблица 7.1

№ п/п	Наименование Интернет-ресурса	Краткое описание
1	Официальный сайт агентства «Ремедиум» [Электронный ресурс]. – Электрон. Данные. – Режим доступа: www.remedium.ru . — Загл. С экрана.	Официальный сайт агентства «Ремедиум»: анонсы и архив номеров, лента новостей, аналитические материалы;
2	Фармацевтический вестник: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Электрон. Данные. – Режим доступа: www.pharmvestnik.ru . – Загл. С экрана.	Сайт газеты «Фармацевтический вестник»: новости фармацевтического рынка и индустрии в зарубежных странах и РФ, архив номеров, актуальные интервью, аналитические материалы;
3	Официальный сайт НП «Гильдия Маркетологов» - социальная сеть профессиональных контактов [Электронный ресурс]. –	Интернет портал НП «Гильдия маркетологов»: публикации и книги по вопросам маркетинга, обсуждение актуальных тем, полезная информация для маркетологов;

	Электрон. Данные. – 2019 - . – Режим доступа: www.marketologi.ru - Загл. С экрана.	
4	Официальный сайт Региональной общественной организации "Гильдия специалистов фармацевтического маркетинга" [Электронный ресурс]. – Электрон. Данные. – Режим доступа: www.rafm.ru . – Загл. С экрана.	Сайт Российской ассоциации фармацевтического маркетинга (РАФМ): архив публикаций, анонсы мероприятий, отчеты и презентации докладов, представленных на заседаниях;
5	Официальный сайт Ассоциации Российских Фармацевтических Производителей [Электронный ресурс]. – Электрон. Данные. – Режим доступа: www.arfp.ru . – Загл. С экрана.	Портал Ассоциация российских фармацевтических производителей (АРФП): в том числе архив номеров журнала «Фармацевтическая промышленность»
6	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Электрон. Данные. – Режим доступа: www.gks.ru . – Загл. С экрана	Сайт Федеральной службы государственной статистики;
7	Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития [Электронный ресурс]. – Электрон. Данные. – Режим доступа: www.roszdravnadzor.ru . – Загл. С экрана	Сайт Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития (в том числе архив номеров «Вестник Росздравнадзора»).

8. Учебно-методическое и программное обеспечение дисциплины

8.1. Учебно-методическое обеспечение

1. Немятых О.Д. Количественные исследования в маркетинге : электронный учебно-методический комплекс / О.Д. Немятых, И.О. Трушникова ; ФГБОУ ВО СПХФУ Минздрава России. – Санкт-Петербург, [2019]. – Текст электронный // ЭИОС СПХФУ : [сайт]. – URL: <http://edu.spcru.ru/course/view.php?id=1894>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

8.2. Программное обеспечение

Для обеспечения реализации дисциплины используется стандартный комплект программного обеспечения (ПО), включающий регулярно обновляемое свободно распространяемое и лицензионное ПО, в т.ч. MS Office.

Перечень специализированного программного обеспечения для изучения дисциплины представлен в таблице 8.1.

Специализированное программное обеспечение

Таблица 8.1

№	Наименование ПО	Назначение	Место размещения
---	-----------------	------------	------------------

1	Не требуется		
---	--------------	--	--

Программное обеспечение для адаптации образовательных ресурсов для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья

Таблица 8.2

№	Наименование ПО	Назначение	Место размещения
1	Программа экранного доступа Nvda	Программа экранного доступа к системным и офисным приложениям, включая web-браузеры, почтовые клиенты, Интернет-мессенджеры и офисные пакеты. Встроенная поддержка речевого вывода на более чем 80 языках. Поддержка большого числа брайлевских дисплеев, включая возможность автоматического обнаружения многих из них, а также поддержка брайлевского ввода для дисплеев с брайлевской клавиатурой. Чтение элементов управления и текста при использовании жестов сенсорного экрана	Компьютерный класс для самостоятельной работы на кафедре высшей математики

9. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Правовая БД «Консультант Плюс»

10. Материально-техническое обеспечение

Оборудование общего назначения

Таблица 10.1

№	Наименование	Назначение
1	Презентационное оборудование (мультимедиа-проектор, экран, компьютер для управления)	Для проведения лекционных и семинарских занятий
2	Компьютерный класс (с выходом в Internet)	Для организации самостоятельной работы обучающихся

Специализированное оборудование

Таблица 10.2

№	Наименование оборудования	Назначение	Место размещения
1	Не требуется		

Оборудование, обеспечивающее адаптацию электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья

Таблица 10.3

№	Наименование оборудования	Назначение	Место размещения
1	Устройство портативное для увеличения DIONOPTICVISION	Предназначено для обучающихся с нарушением зрения с целью увеличения текста и подбора контрастных схем изображения	Учебно-методический отдел, устанавливается по месту проведения занятий (при необходимости)

2	Электронный ручной видеоувеличительViggerD2.5-43 TV	Предназначено для обучающихся с нарушением зрения для увеличения и чтения плоскопечатного текста	Учебно-методический отдел, устанавливается по месту проведения занятий (при необходимости)
3	Радиокласс (радиомикрофон) «Сонет-PCM» PM-6-1 (заушный индиктор)	Портативная звуковая FM-система для обучающихся с нарушением слуха, улучшающая восприятие голосовой информации	Учебно-методический отдел, устанавливается в мультимедийной аудитории по месту проведения занятий (при необходимости)

Лист актуализации рабочей программы по дисциплине
Б1.В.ДВ.01.02 Количественные методы исследования в маркетинге
Направление подготовки: 33.06.01 Фармация
Направленность (профиль) Организация фармацевтического дела

№	Характеристика внесенных изменений (с указанием пунктов документа)	Дата и № протокола совета факультета СПХФУ	Подпись ответственного
1	В связи с обновлением программного обеспечения, актуализацией перечня доступной учебной литературы, в связи с продлением договора на использование электронных-библиотечных систем, а также изданием авторских учебных пособий внести изменения в следующие разделы рабочих программ дисциплины: Раздел 6. Правила аттестации обучающихся по дисциплине Раздел 7. Литература; Раздел 8. Учебно-методическое и программное обеспечение дисциплины	Протокол от 29.06.2020 года, протокол №7	