

ОҢТҮСТІК ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		K044-40/19-2020
ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУ		6 беттің 1 беті

«Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ медицина колледжі

**«Фармацевтикалық тауартану» пәні бойынша
ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУ**

№13 тақырып: «Маркетинг анықтамасы. Медициналық және фармацевтикалық бұйымдардың тауар түрінен маркетингтік зерттеу»

Мамандығы: 0306000-Фармация

Курсы: 3

Семестрі: 5

Құрастырушы: Баркизатова Г.Б.

Шымкент, 2020

ОҢТҮСТІК ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУ	K044-40/19-2020 6 беттің 2 беті

Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасының мәжілісінде қаралып, бекітілді.

Хаттама № « 19 » « 25 » 05 2020 ж.

Каф. мен., фарм.ғ.д., профессор



Шертаева К.Д.

ОҢТҮСТІК ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	K044-40/19-2020 6 беттің 3 беті
ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУ	

1. Сабақтың тақырыбы: Маркетинг анықтамасы. Медициналық және фармацевтикалық бұйымдардың тауар түрінен маркетингтік зерттеу.

2. Сағат саны: 4 сағат

3. Сабақ түрі: тәжірибелік

4. Сабақтың мақсаты: Маркетинг анықтамасы. Медициналық және фармацевтикалық бұйымдардың тауар түрінен маркетингтік зерттеу туралы түсінік беру.

5. Оқыту әдісі: семинар, презентация, кроссворд құрастыру

6. Материалды-техникалық жабдықталуы.

а) техникалық құралдар: компьютерлер, интерактивті тақта, мультимедиялық құрылғы.

ә) көрнекі және дидактикалық құралдар: студенттерге арналған нұсқаулық, мультимедиялық қамсыздандыру

б) оқыту орны: 217 аудитория

7. Әдебиеттер:

Негізгі:

1. Шертаева К.Д. Жанбырбаева А.Д. «Медициналық және Фармацевтикалық тауартану». Шымкент, 2011;

2. Васнецова О.А. Медицинское и фармацевтическое товароведение - Практикум М.: Изд. Группа «ГЭОТАР - медиа» 2005-704 с.

3. Умаров С.З. и др. Медицинское и фармацевтическое товароведение: Учебник/ - М.: ГЭОТАР – Мед. 2004-368 с.

Қосымша:

1. Сборник законодательных и нормативно-правовых актов, регулирующих фармацевтическую деятельность в Республике Казахстан. Под.ред. Махатова Б.К. – Шымкент. -2005. –246 с.

8. Ұйымдастыру кезеңі: 11 мин 6%

Оқушылардың сабаққа қатысуын тексеру

Оқушылардың сабаққа дайындығын тексеру

Сабақтың мақсаты мен міндеті.

ОҢТҮСТІК ҚАЗАҚСТАН MEDISINA АКАДЕМИАСЫ «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУ	K044-40/19-2020 6 беттің 4 беті

- 9. Оқушылардың өтілген тақырып бойынша білімін тексеру: 27мин 15%**
- 10. Жаңа сабақты түсіндіру: 54мин 30%**
- 11. Оқушылардың өз бетінше атқаратын жұмысы: 63мин 35%**
- 12. Жаңа тақырыпты бекіту: 18мин 10%**
- 13. Сабақты қорытындылау: 3,5мин 2%**
- 14. Үйге тапсырма беру: 3,5мин 2%**

АҚПАРАТТЫҚ-ДИДАКТИКАЛЫҚ БЛОК

50-ші жылдары көптеген ірі американ компаниялары өздерінің қызметтерін маркетинг теориясымен сәйкестендіріп құра бастады. 60-шы жылдары маркетинг теориясы шығыс европа және жапон кәсіпкерлерін жаулай бастады.

Ф. Котлердің маркетинг анықтамасын талдайтын болсақ, «маркетингайырбастау арқылы қажеттілікті қанағаттандыруға бағытталған адами қызмет түрі» және «тауартану – тауартанудың тұтынушылық қасиетін үйрететін ғылыми пән», онда маркетинг тауартанудың дамуымен логикалық жалғасы екені айдан анық екені түсінікті.

Қазіргі уақытта және ЕПМ дәріханалық желісі арқылы әр түрлі дәрілік құралдар, санитарлық-гигиеналық заттар және т.б. да фармацевтикалық тауарлар миллион теңгеге таратылады. Өйткені фармацевтикалық тауарлардың ассортименті өте көлемді және әр алуан, бұл тауарлар нақтылы топтарға бөлінеді. Фармацевтикалық тауарлардың жіктелуі былайша жүргізіледі:

1) Дәрілік заттар – нақты реттілікте емдеу мақсатымен, ескерту немесе ДS-ауруының адам мен жануарларда медициналық тәжірибені қолдану үшін керекті фармацевтикалық заттар.

2) Байлап-таңу материалдары мен дайын байлап-таңу заттары, олардың негізгі қолданылуы – бұл жараларды екіншілік инфекциялардан қорғау және оның жылдам жазылу үшін қажетті жағдайлар жасау.

3) Санитарлық-гигиеналық заттар және науқастарға қамқорлық жасау – ауыр науқастардың әжетханаға апару үшін, оларды күтуді және де дәрі қабылдау мен жеке гигиена үшін керекті заттарға арналған өнімдерді тағайындау бойынша әр-түрлі маңызды топты білдіреді. Бұған жататындар: резеңкелік жылытқыш, дөңгелек төсеніштер, судна, спринцовка, хирургиялық және анатомиялық қолғаптар, емізіктер, медициналық

ОҢТҮСТІК ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУ	K044-40/19-2020 6 беттің 5 беті

кленкалар, эластикалық шұлықтар, ағаш балдақтар, мүгедектік балдақтар және т.б.

4) Минералды сулар, парфюмерлі-косметикалық, жуушы және санитарлы-гигиеналық, дезинфекциялық заттар.

5) Тығындау ыдысы мен орау-буу материалдары.

6) Дәріханалық жабдықтар, аппараттар мен дәрілік көмек көрсетудің оперативтілігі мен сапа механикасының құралдары және де дәріхана жұмысшыларының еңбек өнімділігі көп жағдайларда тұрғындарды дәрі-дәрмекпен қамтамасыз етуді және ЕПМ қамтамасыз етудің прогрессивтік формалары мен әдіс-тәсілдері мен алдыңғы қатарлы тәжірибесін фармацевтикалық ғылымның ғылыми-техникалық жетістіктерін ескере отырып, дәріханаларды жобалау мен құрылысымен, рационалды территориялық орналасуымен қамтылған

Стандарттар мен ғылыми-техникалық құжаттар. Фармацевтикалық бұйымдардың жоғары сапасын қамтамасыз етуде стандарттау үлкен маңызға ие. Стандарттар дайын өнімнің сапасына деген талаптарды нақтылайды, сапаның көрсеткіштерін, әдістері мен құралдарын анықтайды, яғни бақылау мен сынаудың, сенімділік пен ұзақ мерзімділігінің өнімді тағайындау мен оларды пайдаланудың жағдайларына байланысты қажетті деңгейге анықтайды, әрекет аумағына байланысты стандарттарды: мемлекеттік (ГОСТ), салалық (ОСТ), республикалық (РСТ) және кәсіпқойлар стандарттары (СНТ) деп бөледі. ГОСТ - өте бұқаралық өнімдерге орнықтырады: мысалы, барлық ұйымдар мен кәсіпорындардың олардың бағыныштылығына тәуелсіз мемлекетті міндеткерлікті сақтау мен басқа да залалсыздандыру-дистилляциялық, байлап-таңу материалдар.

Сұлба:

1) Зерттелетін тауарлардың жіктелуін, топтамасын (оқу жіктемесі бойынша) нақтылау.

2) Тауауарлық түр мен өлшем түрін анықтау.

3) Нормативті-техникалық құжаттарда көрсетілген талаптарға тауардың ара-қатынасын тексеру.

4) Номеклатуралық нөмірін анықтау.

5) Тауартанулық талдау нәтижелерін рәсімдеу.

6) Сақтау және тасымалдау, залалсыздандыру мен дезинфекциялау бойынша ұсыныстар.

ОҢТҮСТІК ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУ	K044-40/19-2020 6 беттің 6 беті

Тауардың тұтынушылық қасиетін зерттеудің пәндік негізін, яғни мұнда тұтыну, сұраныс нарығын зерттеу, маркетинг орын алады. Маркетинг идеясын батыс экономистері жаңа тұжырымдама түрінде нарықтағы тауар өндірушілердің жағдайын қамтамасыз етудің көрінісінде қалыптастырған. Маркетинг концепциясы тауар өндірушілерді өз мақсаттарына мақсатты нарықтың қажеттіліктерін анықтау мен оларды өте тиімділікпен қанағаттандырушылық арқасында қол жеткізуіне сендіре алады.

15. Бақылау сұрақтары:

1. Маркетинг анықтамасы.
2. Медициналық және фармацевтикалық бұйымдардың тауар түрінен маркетингтік зерттеу.