

1. Понятие лекарствоведения. Основы фармацевтического маркетинга. Спрос на лекарственные средства, классификация спроса. Методы определения потребности в лекарственных средствах.
2. Основы фармацевтического товароведения. Основопологающие характеристики товара. Понятие о фармацевтическом товаре, его потребительских свойствах
3. Классификация и кодирование фармацевтических товаров. Штриховое кодирование. Составление информационной карты на лекарственный препарат.
4. Маркетинговые исследования ассортимента лекарственных препаратов. Принципы формирования ассортимента.
5. Товароведение отдельных групп товаров аптечного ассортимента.
6. Контрольная работа.
7. Упаковка и маркировка лекарственных препаратов. Определение потребительских свойств упаковки.
8. Организация хранения лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента.
9. Маркетинговые исследования ассортимента лекарственных препаратов с расширенным товароведным анализом. Семинар по защите курсовых работ.