

Цель практики - закрепить знания и получить навыки работы в области рекламирования лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента, организации делопроизводства, по оценке экономических показателей финансово-хозяйственной деятельности аптеки.

Практика проводится в V семестре в течение 3 недель. Основное учебное время выделяется на практическую работу в аптечной организации по освоению навыков работы в области рекламирования лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента, организации делопроизводства, по оценке экономических показателей финансово-хозяйственной деятельности аптеки

### *Содержание практики:*

1. Общее знакомство с фармацевтической организацией.
2. Оценка видов, средств и эффективности рекламы в фармацевтической организации.
3. Система делопроизводства в фармацевтической организации.
4. Анализ и оценка экономических показателей деятельности фармацевтической организации.
5. Оформление итоговых документов по практике.

Перечень контрольных вопросов к собеседованию по результатам производственной практики

1. Экономический анализ: понятие, задачи, источники, этапы проведения. Понятие абсолютных и относительных величин.
2. Приемы и методы экономического анализа. Влияние ценового фактора на результаты деятельности аптечных организаций.
3. Структура реализации аптечной организации. Планирование объема реализации в зависимости от ее структуры и факторов внешней маркетинговой среды.
4. Структура оптовой реализации аптечной организации. Анализ и планирование показателей оптовой реализации.
5. Структура розничной реализации аптечной организации. Анализ и планирование розничной реализации.
6. Планирование расходов, связанных с основной деятельностью аптечной организации.
7. Классификация расходов аптечной организации. Анализ и планирование издержек обращения аптеки по статьям.

8. Доходы аптеки. Источники получения. Факторы, определяющие их величину, пути использования. Планирование доходов.
9. Выведение, анализ и планирование результатов финансово-хозяйственной деятельности аптечных организаций.
10. Понятие прибыли аптечной организации. Виды прибыли. Анализ и планирование прибыли.
11. Основные требования к созданию эффективной системы делопроизводства фармацевтической организации.
12. Виды документов, требования к их составлению. Понятие о документировании и документообороте.
13. Методы рекламирования лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента.
14. Общие и специальные требования к рекламе.
15. Нормативно-правовое регулирование рекламы лекарственных препаратов, БАДов.

Отчетными документами по итогам практики являются дневник, график работы, протокол принятия практических навыков, отчет по практике. Уровень знаний студентов и объем навыков, полученных в ходе производственной практики, определяются тестированием и собеседованием на экзамене.