

1. Маркетинговые информационные системы в фармации. Маркетинговые методы исследования информационных потребностей субъектов системы обращения лекарственных средств.
2. Фармакоэкономические методы оценки эффективности лекарственных препаратов. Потребители фармакоэкономической информации.
3. Нормативно-правовые и методические подходы к рекламированию ЛП. Этические критерии рекламирования на фармацевтическом рынке.
4. Основа научного менеджмента. Основные школы и теории управления, их вклад в развитие менеджмента. Основные подходы к управлению. Виды управления. Цель, инструменты, принципы и функции менеджмента.
5. Технология разработки и принятия управленческих решений в фармации. Значение, виды, требования, эффективность принимаемых решений.
6. Организационная структура фармацевтических учреждений и предприятий и нормы управляемости. Типы структур, формирующие их критерии, преимущества и недостатки. Методы проектирования организационных структур. Принципы делегирования полномочий. Оценка уровня работы подчиненных.
7. Коммуникационные сети. Оценка эффективности коммуникаций. Аудит: внешний и внутренний.
8. Документальное оформление управленческой деятельности. Требования к оформлению письменных коммуникаций.
9. Социальная конфликтология. Типы конфликтов. Тактика их разрешения.
10. Принципы и стили эффективного руководства.
11. Этика и деонтология в фармацевтической деятельности.
12. Кадровая политика на фармацевтическом рынке. Аттестация, акредитация специалистов. Принципы деловой оценки для повышения мотивации.
13. Внутренний аудит. Значение принципов внутреннего аудита для реализации эффективной кадровой политики.
14. Деловая игра «Управление фармацевтической организацией».