

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт фундаментальной медицины и биологии



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

_____ 20__ г.

Программа дисциплины

Продвижение лекарственных средств М2.ДВ.4

Направление подготовки: 020400.68 - Биология

Профиль подготовки: Информационные технологии в фармакологии

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Александрова Э.Г. , Абакумова Т.Р.

Рецензент(ы):

Зиганшина Л.Е.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Зиганшина Л. Е.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института фундаментальной медицины и биологии:

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Абакумова Т.Р. кафедра фундаментальной и клинической фармакологии ИФМиБ отделение фундаментальной медицины , Tatyana.Abakumova@kpfu.ru ; ассистент, б/с Александрова Э.Г. кафедра фундаментальной и клинической фармакологии ИФМиБ отделение фундаментальной медицины , Elvira.Aleksandrova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Формирование понимания последствий влияния продвижения лекарственных средств на здоровье пациентов, приемов, используемых фармацевтической индустрией для продвижения лекарственных средств, основ регулирования продвижения лекарств, а также умения правильно анализировать информацию о лекарственных средствах.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М2.ДВ.4 Профессиональный" основной образовательной программы 020400.68 Биология и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 1 курсе, 2 семестр.

Цикл М.2.ДВ.4 (дисциплина по выбору). Читается в 2 семестре обучения.

Для изучения средств, регулирующих процессы обмена веществ необходимы знания общей биологии, биохимии, неорганической и органической химии, фармакологии, цитологии и гистологии, анатомии.

Цикл "Продвижение лекарственных средств" является основой для изучения следующих дисциплин:

М.2.ДВ.1 Анализ потребления лекарственных средств. Фармакология, основанная на доказательствах. М.2.ДВ.4. Популяционная фармакогенетика и фармакокинетика.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-10 (профессиональные компетенции)	глубоко понимает и творчески использует в научной и производственно-технологической деятельности знания фундаментальных и прикладных разделов специальных дисциплин магистерской программы
ПК-12 (профессиональные компетенции)	применяет методические основы проектирования и выполнения полевых и лабораторных биологических и экологических исследований с использованием современной аппаратуры и вычислительных комплексов (в соответствии с целями магистерской программы), генерирует новые идеи и методические решения
ПК-2 (профессиональные компетенции)	знает и использует основные теории, концепции и принципы в избранной области деятельности, способен к системному мышлению

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

о распространенности и видах деятельности по продвижению лекарств, способах регулирования продвижения лекарств, основах использования объективной информации для назначения лекарств.

2. должен уметь:

самостоятельно приобретать новые знания по данной дисциплине, анализировать их, применять полученные знания на практике и при изучении других дисциплин; а также для решения актуальных практических задач в области фармацевтики

описывать различные виды фармацевтического маркетинга

обсуждать стратегии реагирования на продвижение лекарств

описывать ряд методик, используемых для рекламы лекарств потребителям

определять ключевые нравственные проблемы взаимоотношений между работниками здравоохранения и фармацевтической индустрией

критически оценивать различные нормы, своды, правила, осуществляющие регулирование лекарственных средств

использовать объективную информацию для назначения лекарств

3. должен владеть:

пониманием сущности и внутренней природы основных процессов взаимодействия между фарминдустрией, работниками здравоохранения и потребителями

использовать полученные знания в решении конкретных задач в рамках специальности магистерской программы.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет во 2 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Продвижение лекарств и здоровье пациентов. Противоречие между здоровьем и коммерческими целями.	2	1	2	2	0	устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Технологии, которые используются для влияния на принятие решений профессионалами здравоохранения. Стратегии реагирования на продвижение лекарств.	2	3	2	2	0	устный опрос
3.	Тема 3. Использование объективной информации для назначения лекарственной терапии.	2	5	2	2	0	контрольная точка
4.	Тема 4. Регулирование продвижения лекарств: в чем роль регулирования? Правовые рамки регулирования.	2	7	2	2	0	письменная работа
5.	Тема 5. Как не попасть под влияние фарминдустрии. Этический конфликт интересов.	2	9	0	2	0	реферат
6.	Тема 6. Ключевые проблемы биоэтики. Влияние спонсирования фарминдустрией исследований на их результаты.	2	10	0	2	0	письменная работа
7.	Тема 7. Разбор ситуаций, включающих продвижение лекарств, которые могут негативно отразиться на оказании помощи пациентам.	2	11	0	2	0	устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
8.	Тема 8. Разбор ситуаций, включающих продвижение лекарств, которые могут негативно отразиться на оказании помощи пациентам.	2	12	0	2	0	устный опрос
9.	Тема 9. Рассмотрение регуляторных кодексов.	2	13	0	2	0	устный опрос
10.	Тема 10. Стратегии поиска качественной информации о лекарственных средствах. Кохрейновская библиотека.	2	14	0	2	0	контрольная точка
11.	Тема 11. Интерпретация результатов клинических исследований.	2	15	0	2	0	устный опрос
12.	Тема 12. Принципы разработки личного формуляра. Пять ключевых ступеней необходимых для принятия решений по рациональному назначению лекарств.	2	16	0	2	0	устный опрос
13.	Тема 13. Продвижение лекарств, профессиональная врачебная практика и доверие пациентов	2	17	0	2	0	контрольная работа
14.	Тема 14. Разработка подходов для распознавания и взаимодействия с эффектами различных стратегий продвижения и этическими дилеммами.	2	18	0	2	0	устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	2		0	0	0	зачет
	Итого			8	28	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Продвижение лекарств и здоровье пациентов. Противоречие между здоровьем и коммерческими целями.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Основные цели и задачи здравоохранения и коммерческими структурами. Виды фармацевтического маркетинга. Противоречие между здоровьем и коммерческими целями. Масштабы продвижения лекарственных средств. Виды фармацевтического маркетинга. Неверные представления среди врачей и лиц, принимающих решения в здравоохранении, о влиянии продвижения лекарств. Влияние фармацевтического маркетинга на профессиональную практику. Недостаточность регулирования.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Глобальный фармацевтический рынок. Расходы на продвижение лекарств. Нетрадиционные формы маркетинга. Неверные представления и влияния продвижения лекарств. Отрицательное влияние на лекарственные назначения. Оценка промоутерской литературы.

Тема 2. Технологии, которые используются для влияния на принятие решений профессионалами здравоохранения. Стратегии реагирования на продвижение лекарств.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Нетрадиционные формы маркетинга. Спонсированное фармацевтической индустрией последипломное и фармацевтическое образование. ?Детализирование? - визиты торговых представителей к врачам в режиме ?один-на один?. Финансирование ключевых ?лидеров мнений? (главных специалистов) среди врачей. Написание журнальных статей без указания истинного авторства (теневое авторство, Ghost-writing). Финансирование разработки стандартов диагностики и лечения. Кампании, направленные на широкую общественность, включая рекламу, ?ориентированную на болезнь?. Финансирование групп (школ) пациентов и медицинских обществ. Исследования, затрагивающие рынок сбыта (исследования IV фазы без ясных научных задач). Реклама в интернете. Скидки на лекарства, привязанные к объемам продаж. Бесплатные образцы лекарств.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Информация, вводящая в заблуждение. Сила продвижения против научных доказательств. "Иллюзия уникальной неуязвимости". Цель маркетинговой деятельности. Распространенные технологии влияния, используемые торговыми представителями. Примеры. Влияние на подсознательное формирование суждений. Описание технологий, используемых торговыми представителями для стимуляции продаж. Распространенные убеждения о продвижении. Примеры. Стратегии реагирования на продвижение. Оценка промоутерской литературы.

Тема 3. Использование объективной информации для назначения лекарственной терапии.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Использование объективной информации для назначения лекарств. Доказательная медицина и решения о назначении лекарственных средств. Образовательный материал по доказательной медицине. Ограниченность имеющихся доказательств. Ограничения доступных доказательств. Предвзятость в публикации и предвзятость в отчетности об исследованиях. Как получить желаемый результат клинического исследования. Интерпретация чисел. Снижение относительного риска, Снижение абсолютного риска. Число больных, которых необходимо лечить. Почему необходимо представлять данные о снижении абсолютного риска? Критическая оценка исследований по лекарственной терапии. Тип исследования. Тип участников. Тип сравнений. Описание всех пациентов, участвовавших в исследовании. Типы измерения исходов. Источник финансирования и конфликты интересов.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Полезные вебсайты по доказательной медицине и навыкам критической оценки. Этапы разработки личного формуляра. Пять ключевых ступеней, необходимых для принятия решений по рациональному назначению лекарств. Оценка промоутерской литературы.

Тема 4. Регулирование продвижения лекарств: в чем роль регулирования? Правовые рамки регулирования.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Регулирование продвижения лекарств: в чем роль регулирования? Почему требуется регулирование продвижения лекарственных средств? Правовые рамки регулирования. Ключевые различия в регулировании между странами. Саморегулирование в сравнении с государственным регулированием. Оценка эффективности регулирования. Пять ключевых ступеней регулирования продвижения лекарственных средств. Государственное право (закон) и другие нормативно-правовые акты. Применение закона через другие кодексы и стандарты. Контроль продвижения лекарств для обеспечения его соответствия закону или другим стандартам. Контроль исполнения законов с адекватными санкциями для предотвращения нарушений. Оценка эффективности регулирования. Регулярный надзор: до совершенства далеко.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Четыре гипотетические ситуации, включающие продвижение лекарств, с которыми сталкиваются практикующие врачи и фармацевты. Ситуация 1: не регулируется международными стандартами фарминдустрии. Ситуация 2: включено в международные стандарты, которые не применяются. Ситуация 3: отсутствие механизмов принудительного применения. Ситуация 4: цена ведения бизнеса. Примеры нарушения кодекса Великобритании. Сравнение этических критериев ВОЗ и кодекса IFPMA.

Тема 5. Как не попасть под влияние фарминдустрии. Этический конфликт интересов.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Торговые представители фармацевтических компаний. Можно ли получить пользу от встречи с торговыми представителями? Почему врачи должны отказаться от встреч с торговыми представителями. Соотношение пользы от обеспечения информацией и образцами лекарственных средств, предоставляемых торговыми представителями фармацевтической промышленности, с риском того, что информация необъективна, а также другими вариантами? вреда? (этическими, финансовыми и др.), которые свойственны этим отношениям. Качество предоставляемой торговыми представителями информации, в контексте того, как их обучают. Предоставление подарков. Миф о маленьких подарках и полных разоблачениях. Кто в действительности платит за эти подарки? Отбор и обучение торговых представителей. Основные требования, предъявляемые медицинским представителям, содержание и формы их обучения. Стимуляция продаж через зарплату медицинских представителей. Какую информацию предоставляют медицинские представители? Мог бы контакт с медицинскими представителями повлиять на Вас? Влияние на назначение лекарств. Методы воздействия. Ощущение заслуженности. Создание обязательств. Влияние образцов на помощь пациентам. Медикализация населения или ?торговля болезнями? - стирание границы между нормальной жизненной ситуацией и медицинской проблемой. Финансовые стимулы к использованию конкретного лекарства. Влияние на стоимость медицинской помощи. Нереалистичное представление населения о гарантиях безопасности.

Тема 6. Ключевые проблемы биоэтики. Влияние спонсирования фарминдустрией исследований на их результаты.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Можете ли Вы критически взаимодействовать с торговыми представителями? Вопросник о торговых представителях. Политика учреждений в отношении торговых представителей. Должны ли Вы продолжать взаимодействовать с торговыми представителями? Продвижение потребителям: как реагировать на требования пациентов назначить/отпустить рекламируемые лекарства. Методики, используемые для рекламы лекарств потребителям. Влияние рекламы на поведение. Как реклама, нацеленная на потребителя, влияет на врачебные назначения? Научные доказательства влияния требований пациента на врачебные назначения. Оказывают ли влияние на использование лекарств другие виды продвижения лекарств

Тема 7. Разбор ситуаций, включающих продвижение лекарств, которые могут негативно отразиться на оказании помощи пациентам.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Разбор ситуаций: Ситуация 1: не регулируется международными стандартами фарминдустрии. Ситуация 2: включено в международные стандарты, которые не применяются

Тема 8. Разбор ситуаций, включающих продвижение лекарств, которые могут негативно отразиться на оказании помощи пациентам.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Разбор ситуаций: Ситуация 3: отсутствие механизма принудительного применения. Ситуация 4: цена ведения бизнеса

Тема 9. Рассмотрение регуляторных кодексов.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Сравнение этических критериев ВОЗ и Кодекса IFPMA с регулированием продвижения лекарственных средств в нашей стране. Дискуссии о саморегулировании продвижения. Оценка промоутерской литературы.

Тема 10. Стратегии поиска качественной информации о лекарственных средствах. Кохрейновская библиотека.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Стратегии поиска качественной информации о лекарственных средствах. Кохрейновская библиотека. Критическая оценка результатов клинических исследований. Работа с Кохрейновской библиотекой.

Тема 11. Интерпретация результатов клинических исследований.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Кохрейновская библиотека. Критическая оценка результатов клинических исследований. Работа с Кохрейновской библиотекой.

Тема 12. Принципы разработки личного формуляра. Пять ключевых ступеней необходимых для принятия решений по рациональному назначению лекарств.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Выбор персональных лекарств. Разработка личного формуляра. Критерии для составления личного формуляра: эффективность, безопасность, приемлемость, стоимость. Примеры.

Тема 13. Продвижение лекарств, профессиональная врачебная практика и доверие пациентов

практическое занятие (2 часа(ов)):

Продвижение лекарств и хронические состояния. Продвижение лекарств клиническая практика. ответственность работников здравоохранения. Методики, используемые для рекламы лекарств потребителям. Влияние рекламы на поведение. Как реклама, нацеленная на потребителя, влияет на врачебные назначения? Научные доказательства влияния требований пациента на врачебные назначения.

Тема 14. Разработка подходов для распознавания и взаимодействия с эффектами различных стратегий продвижения и этическими дилеммами.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Разработка подходов для распознавания и взаимодействия с эффектами различных стратегий продвижения. Примеры. Оценка промоутерской литературы.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Продвижение лекарств и здоровье пациентов. Противоречие между здоровьем и коммерческими целями.	2	1	подготовка к устному опросу	6	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
2.	Тема 2. Технологии, которые используются для влияния на принятие решений профессионалами здравоохранения. Стратегии реагирования на продвижение лекарств.	2	3	подготовка к устному опросу	6	устный опрос
3.	Тема 3. Использование объективной информации для назначения лекарственной терапии.	2	5	подготовка к контрольной точке	6	контрольная точка
4.	Тема 4. Регулирование продвижения лекарств: в чем роль регулирования? Правовые рамки регулирования.	2	7	подготовка к письменной работе	6	письменная работа
5.	Тема 5. Как не попасть под влияние фарминдустрии. Этический конфликт интересов.	2	9	подготовка к реферату	6	реферат
6.	Тема 6. Ключевые проблемы биоэтики. Влияние спонсирования фарминдустрией исследований на их результаты.	2	10	подготовка к письменной работе	6	письменная работа
7.	Тема 7. Разбор ситуаций, включающих продвижение лекарств, которые могут негативно отразиться на оказании помощи пациентам.	2	11	подготовка к устному опросу	6	устный опрос
8.	Тема 8. Разбор ситуаций, включающих продвижение лекарств, которые могут негативно отразиться на оказании помощи пациентам.	2	12	подготовка к устному опросу	6	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
9.	Тема 9. Рассмотрение регуляторных кодексов.	2	13	подготовка к устному опросу	6	устный опрос
10.	Тема 10. Стратегии поиска качественной информации о лекарственных средствах. Кохрейновская библиотека.	2	14	подготовка к контрольной точке	3	контрольная точка
11.	Тема 11. Интерпретация результатов клинических исследований.	2	15	подготовка к устному опросу	3	устный опрос
12.	Тема 12. Принципы разработки личного формуляра. Пять ключевых ступеней необходимых для принятия решений по рациональному назначению лекарств.	2	16	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
13.	Тема 13. Продвижение лекарств, профессиональная врачебная практика и доверие пациентов	2	17	подготовка к контрольной работе	4	контрольная работа
14.	Тема 14. Разработка подходов для распознавания и взаимодействия с эффектами различных стратегий продвижения и этическими дилеммами.	2	18	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
	Итого				72	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Освоение дисциплины " Продвижение лекарственных средств. " предполагает использование как традиционных (лекции, практические занятия с использованием методических материалов), так и инновационных образовательных технологий с использованием в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: лекции визуализации, практические занятия: мозговые штурмы, дискуссии, выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных программных средств создания и ведения электронных баз данных; мультимедийных программ, включающих подготовку и выступления студентов на семинарских занятиях

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Продвижение лекарств и здоровье пациентов. Противоречие между здоровьем и коммерческими целями.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Основные противоречия между здоровьем пациентов и коммерческими целями. 2. Распространенность и виды деятельности по продвижению лекарств. 3. Продвижение лекарств и здоровье пациентов. 4. каковы противоречия между здоровьем и коммерческими целями. 5. Охарактеризуйте масштабы мирового фармацевтического рынка. 6. Охарактеризуйте масштабы продвижения лекарств с точки зрения затрат фармацевтической промышленности

Тема 2. Технологии, которые используются для влияния на принятие решений профессионалами здравоохранения. Стратегии реагирования на продвижение лекарств.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Что такое нетрадиционные формы маркетинга. 2. Охарактеризуйте финансирование ключевых ?лидеров мнений?. 3. Что такое "Теневое авторство". 4. Как происходит финансирование разработки стандартов диагностики и лечения.

Тема 3. Использование объективной информации для назначения лекарственной терапии.

контрольная точка , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Ограничения доступных доказательств. Интерпретация чисел. 2. Способы получения желаемого результата в клинических исследованиях. 3. Ступени доказательной медицины. 4. Традиционная иерархия доказательств. 5. Как получить желаемый результат клинического исследования. 6. Что такое снижение относительного риска. 7. Что такое снижение абсолютного риска. 8. Охарактеризуйте число больных, которых необходимо лечить.

Тема 4. Регулирование продвижения лекарств: в чем роль регулирования? Правовые рамки регулирования.

письменная работа , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Для чего необходимо регулирование лекарственных средств и саморегулирование. 2. Различия в регулировании в разных странах.

Тема 5. Как не попасть под влияние фарминдустрии. Этический конфликт интересов.

реферат , примерные темы:

Темы рефератов: 1. Существующие этические принципы конфликта интересов в отношениях фармацевтическая индустрия ? система здравоохранения. 2. Разработка политики клиники по взаимодействию с представителями фармацевтической промышленности. 3. Разработка политики образовательного учреждения по взаимодействию с представителями фармацевтической промышленности. 4. Анализ рекламных сообщений для пациентов о состоянии здоровья и лекарственном лечении

Тема 6. Ключевые проблемы биоэтики. Влияние спонсирования фарминдустрией исследований на их результаты.

письменная работа , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Концепция избирательного назначения лекарств. 2. Продвижение, вводящее в заблуждение: предостережение. 2. Охарактеризуйте ответственность работников здравоохранения.

Тема 7. Разбор ситуаций, включающих продвижение лекарств, которые могут негативно отразиться на оказании помощи пациентам.

устный опрос , примерные вопросы:

Охарактеризовать личное мнение по ситуациям, включающим продвижение лекарств, которые могут негативно отразиться на оказании помощи пациентам.

Тема 8. Разбор ситуаций, включающих продвижение лекарств, которые могут негативно отразиться на оказании помощи пациентам.

устный опрос , примерные вопросы:

Охарактеризовать личное мнение по ситуациям, включающим продвижение лекарств, которые могут негативно отразиться на оказании помощи пациентам.

Тема 9. Рассмотрение регуляторных кодексов.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Оценить результаты сравнения этических критериев ВОЗ и кодекса IFPMA.

Тема 10. Стратегии поиска качественной информации о лекарственных средствах. Кохрейновская библиотека.

контрольная точка , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Критическая оценка исследований по лекарственной терапии. 2. Типы исследований. 2. Типы участников. 4. Типы сравнений. 5. Типы измерения исходов.

Тема 11. Интерпретация результатов клинических исследований.

устный опрос , примерные вопросы:

Разбор результатов мета-анализов.

Тема 12. Принципы разработки личного формуляра. Пять ключевых ступеней необходимых для принятия решений по рациональному назначению лекарств.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Назовите ступени для принятия решений по рациональному использованию лекарств. 2. Цели и задачи личного формуляра. 3. Перечислите принципы разработки личного формуляра.

Тема 13. Продвижение лекарств, профессиональная врачебная практика и доверие пациентов

контрольная работа , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Концепция избирательного назначения лекарств. 2. Ответственность работников здравоохранения.

Тема 14. Разработка подходов для распознавания и взаимодействия с эффектами различных стратегий продвижения и этическими дилеммами.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Пути уменьшения влияние продвижения лекарств на их назначение и использование. 2. Информация, рекомендуемая для включения в рекламу лекарств в соответствии с этическими принципами. 3. Составить план стратегий для взаимодействия.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Примерные вопросы к зачету:

Масштабы продвижения лекарственных средств.

Распространенность и виды деятельности по продвижению лекарств.

Виды фармацевтического маркетинга.

Влияние фармацевтического маркетинга на профессиональную практику.

Нетрадиционные формы маркетинга.

Технологии, которые используются для влияния на принятие решений профессионалами здравоохранения.

Стратегии реагирования на продвижение лекарств

Почему требуется регулирование продвижения лекарственных средств

Пять ступеней регулирования продвижения лекарственных средств.

Пять ступеней доказательной медицины

Традиционная иерархия доказательств

Принципы критической оценки исследований лекарственной терапии

Источники достоверной беспристрастной информации

Пути уменьшения влияние продвижения лекарств на их назначение и использование.

7.1. Основная литература:

1. Клиническая фармакология: учебник для студентов медицинских вузов / [Кукес В. Г. и др.]; под ред. акад. РАМН, проф. В.Г. Кукеса. ? Изд. 4-е, перераб. и доп.. ? Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2009. ?1052 с.
2. Катцунг, Бертрам Г. Базисная и клиническая фармакология: учебное пособие для системы последиplomного и дополнительного медицинского и фармацевтического образования: [в 2 т.] / Бертрам Г. Катцунг; пер. с англ. под ред. д-ра мед. наук, проф. Э. Э. Звартау. ? Москва; Санкт-Петербург: Бином: Диалект, 2007-2008
3. Харкевич Д..М. Фармакология: учебник для вузов / Д.А. Харкевич. ?Изд. 10-е, испр., перераб. и доп.. ?Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2010 . ?750 с.
4. Большой справочник лекарственных средств: [полная, достоверная и независимая информация о лекарственных средствах] / под ред. проф. Л. Е. Зиганшиной [и др.]. ? Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2011. ?XXVII, 3312 с

7.2. Дополнительная литература:

1. Клиническая фармакология по Гудману и Гилману: [руководство: в 4 т. / Х. Акил и др.]; под общ. ред. А.Г. Гилмана; ред. Дж. Хардман и Л. Лимберд; пер. с англ. под общ. ред. к.м.н. Н.Н. Алипова. ? Москва: Практика, 2006
2. Руководство по рациональному использованию лекарственных средств (формуляр): для врачей, оказывающих первичную медико-санитарную помощь / гл. ред.: акад. РАМН А. Г. Чучалин [и др.]. ? Москва: Ассоциация медицинских обществ по качеству: ГЭОТАР-Медиа, 2007. ?729 с
3. Журнал "Экспериментальная и клиническая фармакология" ISSN 0869-2092.
<http://www.ekf.folium.ru/>
4. Эндрю Четли Проблемные лекарства/Рига.-1998.-352 с.
5. Белоусов Ю.Б. Введение в клиническую фармакологию. ? Москва: МИА, 2002. ?126 с
6. Клинические рекомендации + Фармакологический справочник: рук. для врачей общ. практики, врачей-терапевтов, преподавателей, ординаторов: учеб. пособие для студентов старших курсов высш. мед. учеб. заведений и системы послевуз. проф. образования / гл. ред.: И.Н. Денисов, Ю.Л. Шевченко. ? М.: ГЭОТАР-МЕД, 2004. ?1147с.

7.3. Интернет-ресурсы:

British Medical Journal (BMJ) - www.bmj.com
Clinical Pharmacology and Therapeutics - www.nature.com/cpt
Martindale: The Complete Drug Reference, The Pharmaceutical Press, -
<http://www.medicinescomplete.com>, sales@medicinescomplete.com
The Lancet, Elsevier Limited - www.thelancet.com
Кохрейновская база - www.cochrane.org

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Продвижение лекарственных средств" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

Для проведения лекционных занятий необходим учебный класс, оснащенный мультимедийной техникой; маркерная доска, экран.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 020400.68 "Биология" и магистерской программе Информационные технологии в фармакологии .

Автор(ы):

Александрова Э.Г. _____

Абакумова Т.Р. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Зиганшина Л.Е. _____

"__" _____ 201__ г.