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.1

Направление подготовки: 020400.68 - Биология
Профиль подготовки: Информационные технологии в фармакологии
Квалификация выпускника: магистр
Форма обучения: очное
Язык обучения: русский

**Автор(ы):**
Кораблева А.А.
**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) Кораблева А.А. , AAKorableva@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.1 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 программы о продвижении лекарственных средств 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 |
|---|---|
| ОК-6 (общекультурные компетенции) | способен самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности |
| ПК-10 (профессиональные компетенции) | демонстрирует базовые представления об основах биологии человека, профилактике и охране здоровья и использует их на практике, владеет средствами самостоятельного достижения должного уровня физической подготовленности |
| ПК-19 (профессиональные компетенции) | имеет навыки формирования учебного материала, чтения лекций, готов к преподаванию в высшей школе и руководству научно-исследовательскими работами (НИР) студентов, умеет представлять учебный материал в устной, письменной и графической форме для различных контингентов слушателей |
| ПК-2 (профессиональные компетенции) | способен разрабатывать корпоративную стратегию в сфере профессиональной деятельности для постановки и решения новых задач |

| Шифр компетенции | Расшифровка приобретаемой компетенции |
|---|---|
| ПК-3 (профессиональные компетенции) | самостоятельно анализирует имеющуюся информацию, выявляет фундаментальные проблемы, ставит задачу и выполняет полевые, лабораторные биологические исследования при решении конкретных задач по специализации с использованием современной аппаратуры и вычислительных средств, демонстрирует ответственность за качество работ и научную достоверность результатов |

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

обладать теоретическими знаниями 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:

понимать сущность и внутреннюю природу основных процессов взаимодействия между фарминдустрией, работниками здравоохранения и потребителями

Демонстрировать готовность 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. Масштабы продвижения лекарственных средств. Виды фармацевтического маркетинга. Влияние фармацевтического маркетинга на профессиональную практику. Недостаточность регулирования. | 2 | 1 | 2 | 2 | 0 | тестирование |
| 2. | Тема 2. Технологии, которые используются для влияния на принятие решений профессионалами здравоохранения. Стратегии реагирования на продвижение лекарств. | 2 | 3 | 2 | 2 | 0 | тестирование |
| 3. | Тема 3. Регулирование продвижения лекарств: в чем роль регулирования? Почему требуется регулирование продвижения лекарственных средств. Правовые рамки регулирования. Ключевые различия в регулировании. Государственное регулирование и саморегулирование промышленности. Пять ступеней регулирования. | 2 | 5 | 2 | 2 | 0 | тестирование |

| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | |
| 4. | Тема 4. Использование объективной информации для назначения лекарственной терапии. Пять ступеней доказательной медицины. Принципы критической оценки исследований лекарственной терапии. Источники достоверной беспристрастной информации. | 2 | 7 | 2 | 2 | 0 | тестирование |
| 5. | Тема 5. Как не попасть под влияние фарминдустрии. Ключевые нравственные проблемы взаимоотношений между работниками здравоохранения и фармацевтической индустрией. Этический конфликт интересов. | 2 | 9 | 2 | 2 | 0 | тестирование |
| 6. | Тема 6. Ключевые проблемы биоэтики. Влияние спонсирования фарминдустрией исследований на их результаты. Полемика о нравственных противоречиях среди медицинских работников. | 2 | 10 | 0 | 2 | 0 | контрольная работа |
| . | Тема . Итоговая форма контроля | 2 | | 0 | 0 | 0 | зачет |
| | Итого | | | 10 | 12 | 0 | |

**4.2 Содержание дисциплины**

**Тема 1. Продвижение лекарств и здоровье пациентов. Противоречие между здоровьем и коммерческими целями. Масштабы продвижения лекарственных средств. Виды фармацевтического маркетинга. Влияние фармацевтического маркетинга на профессиональную практику. Недостаточность регулирования.**

***лекционное занятие (2 часа(ов)):***

Продвижение лекарств и здоровье пациентов. Почему мы обсуждаем продвижение лекарств? Противоречия между здоровьем и коммерческими целями. Распространенность и виды деятельности по продвижению лекарств. Масштабы мирового фармацевтического рынка. Новые лекарства далеко не всегда лучше существующих. Обзор оценок (рейтингов) новых лекарств и вновь одобренных показаний для них во Франции за 24-летний период, проведенный по независимым источникам. Широкое воздействие фармацевтической индустрии на профессионалов здравоохранения. Масштабы продвижения лекарств с точки зрения затрат фармацевтической промышленности. 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).

***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Финансирование разработки стандартов диагностики и лечения. Кампании, направленные на широкую общественность, включая рекламу, ?ориентированную на болезнь?. Финансирование групп (школ) пациентов и медицинских обществ. Исследования, затравливающие рынок сбыта (исследования ?IV фазы? без ясных научных задач). Реклама в интернете. Скидки на лекарства, привязанные к объемам продаж. Бесплатные образцы лекарств. Неверные представления среди врачей и лиц, принимающих решения в здравоохранении, о влиянии продвижения лекарств. Обзор научных доказательств о влиянии фармацевтического маркетинга на лекарственные назначения. Недостаточность мер по регулированию продвижения лекарств

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

***лекционное занятие (2 часа(ов)):***

Приемы, влияющие на использование лекарств. Подверженность профессионалов здравоохранения маркетинговому влиянию: сила продвижения против научных доказательств. Убежденность в неуязвимости. Иллюзия уникальной неуязвимости. Штампы принятия решений: доверие рекомендациям экспертов; использование лекарств потому, что большинство коллег их назначают; выбор лекарства, которое первым приходит в голову или имеется в виде бесплатного образца. Цель маркетинговой деятельности. Технологии (стадии) маркетинговой деятельности, которые образуют ядро успешного маркетинга. Стадии ?неосведомленности?, ?осведомленности?, ?заинтересованности?, ?оценки?, ?испытания?, ?использования? и ?повторного использования?. Информация, вводящая в заблуждение. Включение ошибочной информации (неточности, преувеличения, двусмысленность, чрезмерное упрощение). Опущение необходимой информации. Отвлечение с помощью информации, не относящейся к делу. Торговые представители. Распространенные технологии влияния, используемые торговыми представителями. Влияние на подсознательное формирование суждений (эксперт знает лучше всех; людям, которые нам нравятся можно доверять; мы должны помогать тем, кто помогает нам; коллеги знают лучше всех; необходимость последовательности и согласованности всех предыдущих заявлений). Описание технологий, используемых торговым представителем для стимуляции продаж. Поддержка экспертов и коллег: призыв к ?авторитетному заблуждению? или ?обращение к скромности?. Построение дружеских взаимоотношений. Использование подарков. Распространенные убеждения о продвижении. Пути уменьшения влияния продвижения лекарств на их назначение и использование. Ключ к снижению уязвимости ? признание своей собственной личной уязвимости. Уменьшение контактов с любой деятельностью по продвижению лекарств. Уменьшение вреда от контакта с продвижением. Использование приемов, которые могут привести к лучшей практике (н-р, использование надежных источников информации).

***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Анализ рекламы лекарств в медицинских журналах. Информация, рекомендуемая для включения в рекламу лекарств в соответствии с этическими критериями Всемирной Организации Здравоохранения: МНН; торговое наименование; содержание активного ингредиента в единице лекарственной формы; название других ингредиентов, которые могут вызвать проблемы; утвержденные показания к применению; лекарственная форма или схема лечения; побочные эффекты; предостережения и противопоказания; взаимодействия; наименование и адрес производителя. Качество информации в рекламных вкладышах в развитых и развивающихся странах. Четыре основных компонента журнальной рекламы. Графики, диаграммы и результаты исследований, типы цифровых искажений. Зрительно отвлекающие детали. Введение в заблуждение с использованием величины снижения относительного риска. Как оценивать данные и графики, представленные в рекламе лекарств. Рекламный текст. Утверждения, сделанные в рекламе: об эффекте, о безопасности, о качестве жизни, о стоимости и экономической выгоде. Эмоциональные заявления. Типы утверждений в рекламе лекарств. Ссылки в рекламах: на неопубликованные данные; на стендовые презентации; не на оригинальные исследования, а на обзорные статьи; результаты цитируемой ссылки не соответствуют рекламным заявлениям; на исследования низкого методологического качества. Как оценивать ссылки в рекламе. Заявления в рекламе антибиотиков. Как оценивать текст в рекламе лекарств. Картинки и изображения в рекламе. Усиление социальных стереотипов. Обращение к мифу или эмоциональная окраска информации для создания образа продукта, который имеет мало общего с научными доказательствами его действия. Как оценивать картинки и изображения в рекламе лекарств. Упражнения: анализ рекламы в последних выпусках национального медицинского или фармацевтического журналов.

**Тема 3. Регулирование продвижения лекарств: в чем роль регулирования? Почему требуется регулирование продвижения лекарственных средств. Правовые рамки регулирования. Ключевые различия в регулировании. Государственное регулирование и саморегулирование промышленности. Пять ступеней 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. 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 применяется. Ситуация 3: отсутствие механизмов принудительного применения. Ситуация 4: цена ведения бизнеса. Примеры нарушения кодекса Великобритании. Сравнение этических критериев ВОЗ и кодекса IFPMA.

**Тема 4. Использование объективной информации для назначения лекарственной терапии. Пять ступеней доказательной медицины. Принципы критической оценки исследований лекарственной терапии. Источники достоверной беспристрастной информации.**

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

***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Стратегии поиска качественной информации о лекарственных средствах. Кокрейновская библиотека. Критическая оценка результатов клинических исследований.

**Тема 5. Как не попасть под влияние фарминдустрии. Ключевые нравственные проблемы взаимоотношений между работниками здравоохранения и фармацевтической индустрией. Этический конфликт интересов.**

***лекционное 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. 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? 5. 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. Страх смерти используется для продажи лекарств ? даже без использования торгового наименования. Насколько хорошо реклама информирует население о доступных лекарствах. Что делается, чтобы ?новое? казалось ?лучше?. Образование или маркетинг? Насколько хорошо реклама информирует население о пользе, рисках и вкладе, вносимом лекарствами в лечение: наличие указаний на степень вероятности достижения успеха терапии; упоминание о других полезных лечебных мероприятиях, таких как диета или упражнения; упоминание о каких-либо других методах лечения; наличие информации о том, как работает лекарственное средство. 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. То, что недосказано, также важно, как и то, что сказано. Влияет ли ПРП на отношения врач-пациент.

***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Разработка политики клиники или образовательного учреждения по взаимодействию с представителями фармацевтической промышленности. Как следует медицинским работникам реагировать на требования назначить/отпустить рекламируемые лекарства. Возврат беседы к пациенту и его проблемам. Обсудить все имеющиеся методы лечения. Обсуждение роли фармацевтических рекламодателей. Анализ рекламных сообщений для пациентов о состоянии здоровья и лекарственном лечении.

**Тема 6. Ключевые проблемы биоэтики. Влияние спонсирования фарминдустрией исследований на их результаты. Полемика о нравственных противоречиях среди медицинских работников.**

***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Продвижение лекарств, профессиональная врачебная практика и доверие пациентов. Пристрастное назначение лекарств. Концепция избирательного назначения лекарств. Продвижение, вводящее в заблуждение: предостережение. Продвижение лекарств и хронические состояния. Продвижение лекарств и клиническая практика. Ответственность работников здравоохранения.

### 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. Масштабы продвижения лекарственных средств. Виды фармацевтического маркетинга. Влияние фармацевтического маркетинга на профессиональную практику. Недостаточность регулирования. | 2 | 1 | подготовка к тестированию | 14 | тестирование |
| 2. | Тема 2. Технологии, которые используются для влияния на принятие решений профессионалами здравоохранения. Стратегии реагирования на продвижение лекарств. | 2 | 3 | подготовка к тестированию | 14 | тестирование |

| N | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудоемкость (в часах) | Формы контроля самостоятельной работы |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 3. | Тема 3. Регулирование продвижения лекарств: в чем роль регулирования? Почему требуется регулирование продвижения лекарственных средств. Правовые рамки регулирования. Ключевые различия в регулировании. Государственное регулирование и саморегулирование промышленности. Пять ступеней регулирования. | 2 | 5 | подготовка к тестированию | 14 | тестирование |
| 4. | Тема 4. Использование объективной информации для назначения лекарственной терапии. Пять ступеней доказательной медицины. Принципы критической оценки исследований лекарственной терапии. Источники достоверной беспристрастной информации. | 2 | 7 | подготовка к тестированию | 14 | тестирование |
| 5. | Тема 5. Как не попасть под влияние фарминдустрии. Ключевые нравственные проблемы взаимоотношений между работниками здравоохранения и фармацевтической индустрией. Этический конфликт интересов. | 2 | 9 | подготовка к тестированию | 14 | тестирование |

| N | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудоемкость (в часах) | Формы контроля самостоятельной работы |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 6. | Тема 6. Ключевые проблемы биоэтики. Влияние спонсирования фарминдустрией исследований на их результаты. Полемика о нравственных противоречиях среди медицинских работников. | 2 | 10 | подготовка к контрольной работе | 16 | контрольная работа |
| | Итого | | | | 86 | |

## 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. Масштабы продвижения лекарственных средств. Виды фармацевтического маркетинга. Влияние фармацевтического маркетинга на профессиональную практику. Недостаточность регулирования.**

тестирование , примерные вопросы:

основные противоречия между здоровьем пациентов и коммерческими целями распространенность и виды деятельности по продвижению лекарств нетрадиционные формы маркетинга представления среди врачей и лиц, принимающих решения, о влиянии продвижения лекарств

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

тестирование , примерные вопросы:

приемы, влияющие на использование лекарств основные штампы принятия решений стадии маргетинговой деятельности способы включения ошибочной информации влияние на подсознательное формирование суждений

**Тема 3. Регулирование продвижения лекарств: в чем роль регулирования? Почему требуется регулирование продвижения лекарственных средств. Правовые рамки регулирования. Ключевые различия в регулировании. Государственное регулирование и саморегулирование промышленности. Пять ступеней регулирования.**

тестирование , примерные вопросы:

для чего необходимо регулирование лекарственных средств саморегулирование и государственное регулирование продвижения лекарственных средств различия в регулировании между странами пять ключевых ступеней регулирования


ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

**Тема 4. Использование объективной информации для назначения лекарственной терапии. Пять ступеней доказательной медицины. Принципы критической оценки исследований лекарственной терапии. Источники достоверной беспристрастной информации.**

тестирование , примерные вопросы:

ограничения доступных доказательств интерпретация чисел способы получения желаемого результата в клинических исследованиях Критическая оценка исследований по лекарственной терапии. Тип исследования. Тип участников. Тип сравнений. Типы измерения исходов. Источник финансирования и конфликты интересов.

**Тема 5. Как не попасть под влияние фарминдустрии. Ключевые нравственные проблемы взаимоотношений между работниками здравоохранения и фармацевтической индустрией. Этический конфликт интересов.**

тестирование , примерные вопросы:

пути уменьшения влияние продвижения лекарств на их назначение и использование информация, рекомендуемая для включения в рекламу лекарств в соответствии с этическими принципами типы утверждений в рекламе типы цифровых искажений в рекламе текст в рекламе ссылки в рекламе торговые представители, способы обучения и отбор торговых представителей, способы взаимодействия с медицинскими работниками

**Тема 6. Ключевые проблемы биоэтики. Влияние спонсирования фарминдустрией исследований на их результаты. Полемика о нравственных противоречиях среди медицинских работников.**

контрольная работа , примерные вопросы:

Концепция избирательного назначения лекарств. Продвижение, вводящее в заблуждение: предостережение. Ответственность работников здравоохранения.

**Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

УО-3 (зачет)

ПР-1 (тесты)

Текущий контроль включает 5-10 минутный опрос во время лекционных занятий в виде тестирования с целью закрепления полученных знаний.

Итоговый контроль - зачет.

**7.1. Основная литература:**

Фармакология, Аляутдин, Ренад Николаевич;Балабаньян, Вадим Юрьевич;Бондарчук, Наталия Геннадьевна, 2010г.

Молекулярная и нанофармакология, Шимановский, Николай Львович;Епинетов, Михаил Александрович;Мельников, Михаил Яковлевич, 2010г.

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 последипломного 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:

Общая фармакология, Головин, В. В.;Хайрутдинов, Ф. Г., 2004г.

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:

Martindale: The Complete Drug Reference, The Pharmaceutical Press - www.medicinescomplete.com

The Lancet, Elsevier Limited - www.thelancet.com

Британский медицинский журнал - www.bmj.com

Клиническая фармакология и терапия - www.nature.com

Кокрейновская библиотека - 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 оборудованием имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Для проведения лекционных занятий необходим учебный класс, оснащенный мультимедийной техникой.

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):
Кораблева А.А. _____
"__" _____ 201 __ г.

Рецензент(ы):
Зиганшина Л.Е. _____
"__" _____ 201 __ г.