

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Тюменский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

УТВЕРЖДЕНО:

Проректор по молодежной политике
и региональному развитию

С.В. Соловьева

_____ 2023г.

Б1.О.14 МАРКЕТИНГ И ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 33.04.01 Промышленная фармация (уровень магистратуры)

Формы обучения: очно-заочная

Год набора: 2023

Срок получения образования: 2 года 3 месяца

Объем: в зачетных единицах: 4 з.е.
в академических часах: 144 ак.ч.

Курс 2

Семестры 4

Экзамен в 4 семестре

Лекционные занятия 12 час.

Практические занятия 45 час.

Самостоятельная работа 51 час.

Контроль 36 час.

Разработчики:

Кафедра фармацевтических дисциплин

Заведующий кафедрой фармацевтических дисциплин, д.фарм.н., профессор О.И. Кныш

Доцент кафедры фармацевтических дисциплин, к.фарм.н. К.А. Викулова

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры фармацевтических дисциплин
(протокол № 6 от 29.03.2023года)

Заведующий кафедрой, д.фарм.н., профессор

О.И. Кныш

(подпись)

Рецензенты:

Доцент кафедры управления и экономики и фармацевтической технологии, декан фармацевтического факультета ФГБОУ ВО Приволжского исследовательского медицинского университета Минздрава России к. фарм. н. М.А Мищенко (внешняя рецензия);

Зав. кафедрой химии ФГБОУ ВО Тюменского ГМУ Минздрава России д. фарм. н., профессор Т.А. Кобелева (внутренняя рецензия);

Заместитель генерального директора по производству ООО «Фармасинтез-Тюмень» И.В. Федин

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 33.04.01 Промышленная фармация, утверждённого приказом Минобрнауки России от 26.07.2017 г. № 705; Профессионального стандарта "Специалист по валидации (квалификации) фармацевтического производства", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 мая 2017 г. N 434н; Профессионального стандарта "Специалист по промышленной фармации в области контроля качества лекарственных средств", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 мая 2017 г. N 431н; Профессиональный стандарт "Специалист по промышленной фармации в области производства лекарственных средств", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 мая 2017 г. N 430н.

Согласование и утверждение

| № | Подразделение или коллегиальный орган | Ответственное лицо | ФИО | Виза | Дата, протокол (при наличии) |
|---|---|-----------------------------------|-----------------|-------------|------------------------------|
| 1 | Методический совет по последипломному образованию | Председатель методического совета | Жмуров В.А. | Согласовано | 16.05.2023, № 4 |
| 2 | Центральный координационный методический совет | Председатель ЦКМС | Василькова Т.Н. | Согласовано | 17.05.2023, № 9 |

Актуализация

| № | Подразделение или коллегиальный орган | Ответственное лицо | ФИО | Виза | Дата, протокол (при наличии) |
|---|--|--------------------|------------------|-------------|------------------------------|
| 1 | Центральный координационный методический совет | Председатель ЦКМС | Василькова Т. Н. | Согласовано | ___. __. 202__ , № ____ |

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины Б1.О.14 «Маркетинг и жизненный цикл лекарственных средств» является формирование у магистрантов комплекса знаний, умений и навыков в области маркетинга в сфере производства и жизненного цикла лекарственных средств, необходимых для эффективного управления прогнозированием проблемных ситуаций и рисков в производстве лекарственных средств.

Дисциплина направлена на личностный рост обучающихся, развитие их профессиональных способностей, в соответствии с требованиями Профессионального стандарта «Специалист в области промышленного производства лекарственных средств», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 07.11.2017г № 430н.

Задачи изучения дисциплины (модуля):

- 1) обеспечить системное усвоение знаний в области маркетинга и жизненного цикла лекарственных средств;
- 2) ознакомить с современными технологиями, методами и инструментами маркетинга в сфере производства лекарственных средств;
- 3) обучить навыкам принятия управленческих решений на фармацевтических предприятиях;
- 4) развить способность работать в коллективе и рационально осуществлять взаимодействие с участниками совместной деятельности при решении задач по достижению поставленной цели;
- 5) сформировать навыки проведения маркетинговых исследований и маркетингового планирования в сфере производства лекарственных средств;
- 6) ознакомить с технологиями управления и регулирования жизненным циклом лекарственных средств;

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.14 «Маркетинг и жизненный цикл лекарственных средств» относится к Блоку Б1.О базовой части учебного плана основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 33.04.01 Промышленная фармация (уровень магистратуры), является обязательной дисциплиной и изучается в 3 семестре.

3. Перечень компетенций в процессе освоения дисциплины (модуля) по ФГОС ВО

Рабочая программа ориентирована на формирование знаний, умений и трудовых действий (владений) для выполнения трудовых функций профессионального стандарта: «Специалист в области промышленного производства лекарственных средств», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 07.11.2017г. № 430н.

Процесс изучения дисциплины «Маркетинг и жизненный цикл лекарственных средств» направлен на формирование и развитие ряда компетенций (табл.1):

Перечень универсальных, общекультурных и профессиональных компетенций

Таблица 1

| Индикаторы (показатели) достижений профессиональной деятельности (компетенций) | | | Код и наименование трудовых функций | Название профессионального стандарта/ Анализ опыта, мнение |
|---|--------------|------------------------------------|--|---|
| Знать | Уметь | Трудовые действия (владеть) | | |
| | | | | |

| | | | | |
|---|---|--|--|------------------------------------|
| | | | | работодател ей |
| УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла | | | | |
| - Принципы разработки плана выполнения проекта в сфере профессиональной деятельности на всех этапах его жизненного цикла | - Разрабатывать план выполнения проекта в сфере профессиональной деятельности на всех этапах его жизненного цикла, предусматривая проблемные ситуации и риски | - Методами планирования и выполнения проектов в условиях неопределенности, осуществляя руководство проектом | С/01.7 - Управление процесса производства лекарственных средств С/02.7 - Управление разработкой и оптимизацией технологического процесса производства лекарственных средств | Анализ опыта, мнение работодателей |
| УК – 3 Способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели | | | | |
| - Современные методы и методики организации работы коллектива, работы в команде, управления ресурсами организации, маркетингового планирования | - Применять командный подход в маркетинговом планировании на производстве | - Организация работы управленческой команды. - Постановка целей и формулирование задачи, определение приоритетов маркетинговой деятельности. - Управлять ресурсами структурного подразделения организации. | С/03.7 - Организация работы персонала производственного подразделения | Анализ опыта, мнение работодателей |
| Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий | | | | |
| Обобщенная трудовая функция / задача профессиональной деятельности Управление промышленным производством лекарственных средств | | | | |
| ОПК-1 Способен к организации, управлению и руководству работой производственного, регуляторного или исследовательского подразделения в соответствии с установленными требованиями и лучшими практиками | | | | |

| | | | | |
|--|---|--|--|---|
| - Основы маркетинга в сфере производства ЛС. - Этапы жизненного цикла лекарственных средств | - Осуществлять руководство различными структурными подразделениями. | - Методы постановки целей и формирования управленческих решений поставленных задач в соответствии с установленными требованиями и лучшими практиками в сфере производства лекарственных средств. | С/01.7 Управление процессами производства лекарственных средств | «Специалист в области промышленного производства лекарственных средств» |
|--|---|--|--|---|

4. Структура и содержание дисциплины (модуля) Б1.О.14 «Маркетинг и жизненный цикл лекарственных средств»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа

Дисциплинарный модуль 1. Маркетинг и жизненный цикл лекарственных средств

Модульная единица 1.1. Теоретические основы маркетинга. Маркетинг в сфере производства ЛС (1 зач.ед.)

Теоретические основы маркетинга. Основные определения. Цели, задачи, функции, направления маркетинга. Концепции маркетинга, краткая характеристика, основные принципы. Основные элементы комплекса маркетинга (Правило 5 Р).

Фармацевтический маркетинг, его сущность и особенности, характеристика. Основные составляющие маркетинга товаров и услуг.

Маркетинговая служба фирмы. Основные функции службы маркетинга. Основные типы организационной структуры, принципы построения.

Окружающая маркетинговая среда. Микросреда, макросреда. Понятие, структуры, объекты. Факторы, влияющие на маркетинговую среду предприятия.

Модульная единица 1.2. Регулирование и управление жизненным циклом фармацевтической продукции (1 зач. ед.)

Жизненный цикл лекарственного средства (ЖЦЛС). Основные понятия. Этапы экономической схемы жизненного цикла товара с позиций маркетинга. Этапы ЖЦЛС с учетом специфики регуляторной практики и фармацевтических особенностей процессов, их составляющих. Стандартизация регуляторных подходов к нормативно-правовому регулированию ЖЦЛС. Информационно-аналитическое сопровождение и подходы к управлению. Автоматизация ЖЦЛС. Типы информационных систем. Технологии и принципы управления жизненным циклом фармацевтической продукции. LEAN, Кайдзен, «Шесть сигм»-технологии.

Модульная единица 1.3. Маркетинговые исследования и технологии в сфере производства ЛС (2 зач. ед.)

Процесс маркетингового исследования в сфере производства ЛС. Цели, задачи. Этапы составления и проведения маркетинговых исследований. Характеристика этапов. Методы маркетинговых исследований, характеристика и содержание. Традиционные объекты маркетинговых исследований.

Анализ рынка фармацевтической продукции (ФП). Изучение спроса и предложения ФП. Прогнозирование спроса на ФП. Предложение. Соотношение между спросом и предложением на рынке ФП. Особенности сегментирования рынка, позиционирования ФП на рынке. Многофакторная сегментация. Параметры позиционирования на рынке ФП. Стратегия позиционирования.

Оценка конкурентоспособности фармацевтической продукции. Определение понятий, оценка и параметры конкурентоспособности.

Формирование спроса и стимулирование сбыта. Цель, задачи, формы, информационное обеспечение. Методы сбыта, система и этапы продвижения ФП. Логистика производства. Сущность, виды. Логистическая система поставок. Надлежащая дистрибьюторская практика (GDP). Надлежащая практика хранения (GSP). Каналы сбыта продукции. Фирменный стиль организации. Товарный знак. Основные направления стандарта обслуживания. Организация рекламной деятельности. Реклама. Цели, виды, средства, формы рекламы. Организационное и экономическое планирование рекламной кампании организации. Каналы массовой информации, их значимость. «Директ мейл», «Паблик рилейшинз». Разработка рекламного обращения

Концепция маркетингового планирования в сфере производства ЛС. Основные этапы составления плана маркетинга организации. Ситуационный анализ. Маркетинговый аудит, основные элементы. STEP-анализ. SWOT-анализ. Маркетинговый синтез. Выдвижение целей, стратегическое и тактическое планирование. Разработка маркетингового плана; реализация. Маркетинговый контроль.

Разделы дисциплин и виды занятий

Таблица 2

| № п/п | Наименование раздела дисциплины (модульной единицы) | Лекции | | | Практические/ лабораторные занятия | | | | СР | Всего часов | Форма контроля |
|-------|---|-------------|-------------------|---------------------------------|------------------------------------|-------------------|---------------------------------|------------------------|----|-------------|--|
| | | Всего часов | Аудиторная работа | Внеаудиторная контактная работа | Всего часов | Аудиторная работа | Внеаудиторная контактная работа | Симуляционное обучение | | | |
| 1. | Модульная единица 1.1. Теоретические основы маркетинга. Маркетинг в сфере производства ЛС | 4 | 2 | 2 | 12 | 8 | 4 | | 9 | 25 | Тестирование, собеседование, защита творческих работ в виде презентаций. |
| 2. | Модульная единица 1.2. Регулирование и управление жизненным циклом фармацевтической продукции | 4 | 4 | - | 16 | 16 | - | | 20 | 40 | Тестирование, решение кейс-задач. |
| 3 | Модульная единица 1.3. Маркетинговые исследования и технологии в сфере | 4 | 4 | - | 17 | 8 | 9 | | 22 | 43 | Тестирование, решение кейс-задач, защита творческих работ в виде презентаций |

| | | | | | | | | | | | |
|-----------------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|--|--|-----------|------------|-----------------------------|
| производства ЛС | | | | | | | | | | | |
| Экзамен / | | | | | | | | | | 36 | Тестирование, собеседование |
| Итого: | 12 | 10 | 2 | 45 | 32 | 13 | | | 51 | 144 | |

Тематический план лекций

Таблица 3

| № п/п | Тематика лекций | Количество часов аудиторной работы | Вид внеаудиторной контактной работы | Количество часов |
|--|---|---|--|-------------------------|
| Модульная единица 1.1. Теоретические основы маркетинга. Маркетинг в сфере производства ЛС | | | | |
| 1. | Теоретические основы маркетинга. Маркетинг в сфере производства ЛС | 2 | | 2 |
| 2. | Служба маркетинга фирмы. Маркетинговая среда производителя. | | Видео-лекция | 2 |
| Модульная единица 1.2. Регулирование и управление жизненным циклом фармацевтической продукции | | | | |
| 3. | Жизненный цикл лекарственного средства (ЖЦЛС). Этапы экономической схемы жизненного цикла товара с позиций маркетинга и с учетом специфики регуляторной практики. | 2 | | 2 |
| 4. | Автоматизация ЖЦЛС. Типы информационных систем. Технологии и принципы управления жизненным циклом фармацевтической продукции | 2 | | 2 |
| Модульная единица 1.3. Маркетинговые исследования и технологии в сфере производства ЛС | | | | |
| 5. | Составление плана маркетинговых исследований в сфере производства ЛС. Маркетинговые технологии. | 2 | | 2 |
| 6. | Концепция маркетингового планирования в сфере производства ЛС. | 2 | | |
| | Итого | 10 | 2 | 12 |
| | Всего 12 часов | | | |

Тематический план практических занятий

Таблица 4

| № п/п | Тематика занятий | Количество часов аудиторной работы | Внеаудиторная контактная работа | | Симуляционное обучение | |
|--|---|------------------------------------|--|----------|------------------------|------|
| | | | вид | часы | вид | часы |
| Дисциплинарный модуль 1 | | | | | | |
| Модульная единица 1.1. Теоретические основы маркетинга. Маркетинг в сфере производства ЛС | | | | | | |
| 1. | Теоретические основы маркетинга. Маркетинг в сфере производства ЛС | 4 | | | | |
| 2. | Служба маркетинга фирмы. Маркетинговая среда производителя. Понятия, структура. | 4 | | | | |
| 4. | Основные элементы комплекса маркетинга (Правило 5 Р) в сфере производства ЛС | | Защита творческих работ в виде презентаций | 4 | | |
| Модульная единица 1.2. Регулирование и управление жизненным циклом фармацевтической продукции | | | | | | |
| 5. | Жизненный цикл лекарственного средства (ЖЦЛС) | 4 | | | | |
| 6. | Автоматизация ЖЦЛС. Типы информационных систем. | 4 | | | | |
| 7. | Технологии и принципы управления ЖЦЛС. LEAN, Кайдзен, «Шесть сигм»-технологии. | 4 | | | | |
| Модульная единица 1.3. Маркетинговые исследования и технологии в сфере производства ЛС | | | | | | |
| 8. | Изучение спроса и предложения фармацевтической продукции. Сегментирование и позиционирование рынка | 4 | | | | |
| 9. | ФОС и СТИС сфере производства ЛС. Корпоративная этика и корпоративный имидж производителя | | Индивидуальное задание | 4 | | |
| 10. | Организация | 4 | | | | |

| | | | | | | |
|-----|---|-----------|--|-----------|--|--|
| | рекламной деятельности в сфере обращения ЛС. | | | | | |
| 11. | Маркетинговое планирование в сфере обращения ЛС | 4 | Проектная работа «Разработка плана маркетинга предприятия» | 5 | | |
| | Итого | 32 | | 13 | | |
| | Всего 45 часа | | | | | |

5. Рекомендуемые образовательные технологии

При реализации различных видов учебной работы предусмотрены образовательные технологии, дающие наиболее эффективные результаты освоения дисциплины (модуля):

- Традиционные формы организации учебного процесса (лекция, практическое занятие и т.д.).
- Внеаудиторная контактная работа (видео-лекция, проектная деятельность, участие в научно-практических конференциях).
- Активные и интерактивные формы обучения (групповые и индивидуальные).

Лекции предусмотрены с использованием дистанционных информационных и телекоммуникационных технологий (видео-лекция, аудио-лекции) с размещением на образовательных платформах, в том числе на платформе Educon (Moodle).

Практические занятия также предусмотрены в активной и интерактивной формах: «мозговой штурм», групповая дискуссия, анализ конкретных ситуаций, выполнение индивидуальных заданий.

Внеаудиторная контактная работа в виде проектной деятельности включает: поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной теме; решение ситуационных и кейс задач; решение тестовых заданий; разработка мультимедийных презентаций; написание рефератов; анализ статистических и фактических материалов по заданной теме; аналитический разбор научной литературы с последующим анализом и представлением результатов.

Контроль освоения учебного материала осуществляется преподавателем в виде: тестирования, интерактивный опроса, решения практических заданий, в том числе с использованием системы Educon (Moodle)

Предусматривается самостоятельная работа с литературой. Изучение каждого раздела заканчивается собеседованием или тестовым контролем, решением ситуационных задач, подготовкой рефератов, проектной работой.

6. Виды работ и формы контроля самостоятельной работы обучающихся

Таблица 5

| № п/п | Темы для самостоятельного изучения | Виды работ | Форма контроля |
|--|--|--|--|
| Модульная единица 1.1. Теоретические основы маркетинга. Маркетинг в сфере производства ЛС | | | |
| 1. | Исторический обзор становления маркетинга. | 1. Обзор литературы и электронных источников информации по заданной теме | 1. Защита реферативной работы в виде презентации |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | Зарубежный опыт системы маркетинга в сфере производства. | 2. Подготовка реферативной работы | |
| Модульная единица 1.2. Регулирование и управление жизненным циклом фармацевтической продукции | | | |
| 2. | Формирование положительного имиджа организации. Разработка фирменного стиля организации Оценка конкурентоспособности фармацевтической продукции. | 1. Обзор литературы и электронных источников информации по заданной теме 2. Решение кейс-задач 3. Написание эссе | 1. Защита реферативной работы в виде презентации |
| Модульная единица 1.3. Маркетинговые исследования и технологии в сфере производства ЛС | | | |
| 3. | Управление транспортной логистикой производителей. Каналы сбыта продукции. | 1. Обзор литературы и электронных источников информации по заданной теме 2. Подготовка реферативной работы | 1. Защита реферативной работы в виде презентации |
| 4. | Концепция маркетингового планирования в сфере производства ЛС. Контроль принятия маркетинговых решений на производстве. | 1. Обзор литературы и электронных источников информации по заданной теме 2. Подготовка реферативной работы | 1. Защита реферативной работы в виде презентации |

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины Основная литература (О.Л.)

| № | Наименование согласно библиографическим требованиям | Наличие В библиотеке (количество экземпляров) |
|----------------------------------|---|---|
| Основная литература | | |
| 1 | Финансовый менеджмент в здравоохранении [Электронный ресурс] : учебное пособие. Рахыпбеков Т.К. - 3-е изд., доп. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2013. - http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970425985.html | http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970425985.html |
| 2 | Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / ред. И. В. Липсиц. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2012. - 576 с. : ил. - Режим доступа: http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970421123.html | 2 http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970421123.html |
| 3 | Управление и экономика здравоохранения [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / А. И. Вялков [и др.] ; под ред. А. И. Вялкова. - 3-е изд., доп. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2009. - 664 с. : ил. - Режим доступа: http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970409060.html | 28 http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970409060.html |
| Дополнительная литература | | |
| 1 | Маркетинговые исследования в здравоохранении : учебно-методическое пособие / ред. О. А. Васнецова. - М. : Авторская академия; Товарищество научных изданий КМК, 2008. - 209 с | 49 |

| | | |
|---|--|--|
| 2 | Красюк И.А. Маркетинг в коммерческой деятельности: учебное пособие/ И.А.Красюк –Ростов н/Д: Феникс, 2015.-400с. | 1 |
| 3 | Экономика здравоохранения : учебник / под ред. М. Г. Колосницыной, И. М. Шеймана, С. В. Шишкина. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2018. - 464 с. : ил. - http://www.rosmedlib.ru/book/ISBN9785970442289.html | 3 http://www.rosmedlib.ru/book/ISBN9785970442289.html |
| 4 | Экономика здравоохранения [Электронный ресурс] : учебник для послевузовского профессионального образования врачей / ред. А. В. Решетников. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 192 с. : ил. - Режим доступа: http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970431368.html | 1 http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970431368.html |
| 5 | Приказ Минтруда России от 07.11.2017 N 430н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист в области промышленного производства лекарственных средств» | http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_284077/ |

Заведующий библиотекой

Т.А. Вайцель

Методические указания (МУ)

1. Методические указания для магистрантов к самоподготовке и выполнению практических заданий «**Маркетинг и жизненный цикл лекарственных средств**» (2019г., Тюмень, 95С.)
2. Методические указания для магистрантов к практическим занятиям по разделу «**Маркетинговое планирование в сфере производства**» (2019 г., Тюмень, 45С.)
3. Рекомендации по созданию и оформлению презентации к докладу (в помощь магистрантам при оформлении доклада на учебно-научной конференции, при защите индивидуальных проектов, для выполнения самостоятельных работ, участия в деловых играх) (2019г., Тюмень, 25С)

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

1. Kaspersky Security для виртуальных сред, Server Russian Edition
2. MS Exchange Server Standard CAL - Device CAL, Версия 2013
3. MS Exchange Server Standard, Версия 2013
4. MS Office Professional Plus, Версия 2010,
5. MS Office Professional Plus, Версия 2013,
6. MS Office Standard, Версия 2013
7. MS SQL Server Standard Core, Версия 2016
8. MS Windows Professional, Версия 10
9. MS Windows Professional, Версия 7
10. MS Windows Professional, Версия 8
11. MS Windows Professional, Версия XP
12. MS Windows Remote Desktop Services - Device CAL, Версия 2012
13. MS Windows Server - Device CAL, Версия 2012
14. MS Windows Server Standard - Device CAL, Версия 2013 R2
15. MS Windows Server Standard, Версия 2012
16. System Center Configuration Manager Client ML, Версия 16.06
17. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса
18. Антиплагиат
19. Программа для ЭВМ Statistica Ultimate Academic 13 сетевая на 5 пользователей
20. Программный продукт «1С: Университет ПРОФ»

21. Программный продукт «1С: Управление учебным центром»
22. Система «КонсультантПлюс»
23. СЭД Docsvision 5.5
24. Электронная информационно-образовательная среда (построена на основе системы управления обучением Moodle)

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется по мере появления новых версий)

1. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы
2. «Консультант студента. Электронная библиотека медицинского ВУЗа» (доступ на сайте <http://www.studmedlib.ru> в электронном зале библиотеки Тюменского ГМУ);
3. «Консультант-врача. Электронная медицинская библиотека» (ЭБС) <http://www.rosmedlib.ru>
4. Федеральная электронная медицинская библиотека (ФЭМБ) <http://www.femb.ru>
5. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
6. Гарант. Правовая информационная база данных, позволяющая получить информацию о документообороте. <http://www.garant.ga/> Гарант СПС.
7. Консультант Плюс. Правовая информационная база данных, позволяющая получить информацию о документообороте. <http://www.consultant.ru/> Консультант плюс СПС.
8. Официальный сайт Министерства здравоохранения Российской Федерации // <http://www.rosminzdrav.ru>
9. Регистр лекарственных средств России: рациональный выбор лекарств [Электронный ресурс], Вып. 20. Электронная энциклопедия лекарств. - Электрон. текстовые дан. - [Б. м.] : РЛС-ПАТЕНТ, 2012. - эл. опт. диск (CD-ROM) (6 экз.).

7.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

| <i>Учебные аудитории</i> | <i>Перечень оборудования</i> | <i>Адрес (местонахождение)</i> |
|--------------------------|---|---|
| Учебная комната № 201 | Учебная аудитория №4 с комплексом учебно-методического обеспечения (мультимедийный проектор ACER X1261 в комплекте 1 шт; ноутбук Dell Inspiron 3521 1 шт. с выходом в сеть Интернет). Фонд учебных презентаций. | 625027, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Одесская, 50, учебный корпус №2, 2 этаж, ауд. № 201 |