

OŇTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		1стр. из 36

Силлабус

Рабочая учебная программа дисциплины «Концепция маркетинговых исследований в фармации»

Образовательная программа 8D10140 «Фармация»

1.	Общие сведения о дисциплине		
1.1	Код дисциплины: D-KMIF	1.6	Учебный год: 2025-2026
1.2	Название дисциплины: Концепция маркетинговых исследований в фармации	1.7	Курс: 1
1.3	Пререквизиты: Менеджмент и маркетинг на предприятиях фармацевтического профиля	1.8	Семестр: 1
1.4	Постреквизиты: Исследовательская практика	1.9	Количество кредитов (ECTS): 4
1.5	Цикл: БД	1.10	Компонент: КВ
2.	Описание дисциплины		
Основные направления маркетинговых исследований в фармации. Фармацевтическая маркетинговая информация. Методология маркетинговых исследований. Исследования фармацевтического рынка. Исследования маркетинговой среды предприятия. Исследование конкурентов и конкурентоспособности фармацевтической организации. Бенчмаркинг и маркетинговые исследования в разработке стратегий маркетинга. Аналитическая система маркетинга и предоставление результатов. Проектное управление. Цифровые инструменты в фармацевтическом бизнесе.			
3.	Форма суммативной оценки		
3.1	Тестирование	3.5	Курсовая
3.2	Письменный	3.6	Эссе
3.3	Устный ✓	3.7	Проект
3.4	ОСПЭ/ОСКЭ или прием практических навыков	3.8	Другой (указать)
4.	Цели дисциплины		
Формирование профессиональных компетенций, необходимых для систематического поиска, сбора, анализа, интерпретации и представления результатов в процессе выполнения научно-исследовательской работы			
5.	Конечные результаты обучения (РО дисциплины)		
PO1	Демонстрирует системное понимание концептуальных подходов к проведению маркетинговых исследований на основе Международного и европейского кодексов маркетинговых исследований, значения маркетинговых исследований и информационного обеспечения маркетинга в сфере обращения лекарственных средств.		
PO2	Планирует маркетинговые исследования фармацевтического рынка, определяя объем выборки и обосновывая выбор методов маркетингового исследования, осуществляя		

OŃTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		2стр. из 36

	разработку дизайна исследования потребителей лекарственных препаратов на основе дифференциации маркетинговой среды.	
PO3	Определяет емкость рынка лекарственных препаратов и медицинских изделий, типы сегментирования на основе исследования маркетинговой среды предприятия и фармацевтического рынка с применением современных методов маркетингового анализа, аргументируя собственные выводы, оценивая и интерпретируя результаты научных исследований, объясняя наблюдаемые факты и явления, их причинно-следственные связи, представляя и публикуя результаты научных исследований, внедряя научные достижения в фармацевтическую отрасль.	
PO4	Проводит критический анализ и оценку маркетинговой информации, спроса, конкурентов и конкурентоспособности фармацевтического и аптечного предприятия, выбирая методы прогнозирования потребности в отдельных группах лекарственных средств, методы исследования ассортимента фармацевтических товаров.	
PO5	Владеет навыками публичного выступления с представлением собственных суждений, анализа и синтеза информации, строя партнерские, доверительные взаимоотношения с коллегами и работниками здравоохранения, демонстрируя мультикультурность и открытость в работе.	
PO6	Занимается профессиональным ростом, демонстрируя навыки самоанализа, опыт преподавания на уровне высшего образования, проводя поиск информации в базах данных для написания научных работ, разрабатывая идеи, систематизируя и интерпретируя результаты научных исследований на основе критического мышления.	
5.1	PO дисциплины	Результаты обучения ОП, с которыми связаны PO дисциплины
	PO 1	PO 8 Демонстрирует глубокое понимание и владение методологическими приемами в проведении современных исследований в фармацевтической науке и практике, включая использование искусственного интеллекта и цифровых инструментов анализа данных, в соответствии с требованиями действующего законодательства РК и Надлежащих фармацевтических практик (GxP).
	PO 2	PO2 – Формирует службы маркетинга для решения оперативных и стратегических задач субъектов сферы обращения лекарственных средств и медицинских изделий
	PO 3	
	PO 4	
	PO 5	PO6 – Демонстрирует навыки самоанализа, стремление к обучению на протяжении всей жизни и опыт для преподавания на уровне высшего и послевузовского образования с учетом принципов студентоцентрированного обучения и оценивания, разработки учебно-методических материалов с учетом интеграции образования, науки и инноваций с использованием цифровых технологий, коммуникации с обучающимися, коллегами с соблюдением принципов инклюзии.
	PO 6	
6.	Подробная информация о дисциплине	
6.1	Место проведения (здание, аудитория): Южно-Казахстанская медицинская академия, главный корпус, кафедра организации и управления фармацевтического дела. Площадь Аль-Фараби-1, 3-этаж, аудитория № 313,313 А,314, 316, 320, 322. Телефон (АТС) 40-82-06.	

OŃTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		Зстр. из 36

	в/н 327					
6.2	Количество часов	Лекции	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРО	СРОП
		-	40	-	68	12
7.	Сведения о преподавателях					
№	Ф.И.О		Степени и должность		Электронный адрес	
1	Шертаева Клара Джолбарисовна		доктор фарм. наук, профессор, заведующая кафедрой		klara_shertaeva@mail.ru	
8.	Тематический план					
Неделя/день	Название темы	Краткое содержание	РО дисциплины	Кол-во часов	Формы/методы/технологии и обучения	Формы/методы оценивания
1	Практическое занятие. Тема:Маркетинговые исследования в фармации. Процесс маркетинговых исследований	Принципы и концептуальные подходы к проведению маркетинговых исследований.Объекты маркетинговых исследований.Основные этапы процесса маркетингового исследования.	PO1	3	семинар	Чек-лист «Презентация, игра»
	СРОП/СРО Задание СРО Дизайн исследования потребителей лекарственных препаратов	Источники информации. Основные методы сбора первичной информации. Основные направления маркетинговых исследований потребителей лекарственных препаратов:определение характеристик спроса на препараты для лечения определенного заболевания; выяснение положения марок фармацевтических препаратов; изучение конкурентов - производителей лекарственных препаратов; анализ эффективности рекламы препарата Заказчика; определение портрета потребителя лекарственного препарата; выяснение мотивов покупок, системы ценностей, намерений покупателей препаратов;	PO2	1/5	презентация, составление/решение кейсов.	Чек-лист «презентация»; Чек-лист «case study» (разработка и решение кейса)

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		4стр. из 36

		оценка качества услуг, отношение к организации обслуживания в аптеках; мнение потребителей об эффективности лекарственных препаратов; тестирование упаковки лекарственного препарата и др.				
2	Практическое занятие. Тема: Планирование и организация маркетинговых исследований.	Создание отделов. Формирование проекта. Разработка программы. Планирование. Организация результатов изучения рынка.	PO2	3	семинар	Чек-лист «Презентация, игра (обратная связь)»»»
	СРОП/СРО Задание СРО Международный кодекс маркетинговых исследований	Основополагающие принципы. Обязательства в отношении субъектов данных. Обязательства в отношении клиентов. Обязательства в отношении общественности. Обязательства в отношении профессионального сообщества.	PO1	1/5	эссе, составление тестовых заданий.	Чек-лист «эссе»; Чек-лист «составление тестовых заданий» .
3	Практическое занятие. Тема: Фармацевтическая маркетинговая информация.	Значение фармацевтической маркетинговой информации. Принципы формирования маркетинговой информации. Информационное обеспечение маркетинга лекарственных средств.	PO1	3	семинар	Чек-лист «Презентация, игра (обратная связь)»»»
	СРОП/СРО Задание СРО Система анализа маркетинговой информации	Маркетинговая информационная система, структура и принцип функционирования. Система анализа маркетинговой информации	PO4	1/5	реферат, составление тестовых заданий	Чек-лист «реферат»; Чек-лист «составление тестовых заданий»

OŇTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		5стр. из 36

4	Практическое занятие. Тема: Методы маркетинговых исследований.	Методы маркетинговых исследований: общенаучные (системный анализ, комплексный подход, программно-целевое планирование и др.), аналитико-прогностические (теория связи, теория вероятности, экономико-статистические, экономико-математическое моделирование и др.), других областей знания (методы социологии, психологии, эстетики, дизайна, экологии и др.), маркетинговые группы (СТЕР-анализ (исследования внешней среды), SWOT-анализ (выявление сильных и слабых сторон, благоприятных возможностей и угроз), жизненный цикл товара, трехуровневый анализ товара и др.).	PO3	3	case study	Чек-лист «case study» (разработка и решение кейса)
	СРОП/СРО Задание СРО Выбор метода маркетинговых исследований	Методы маркетингового исследования: количественные и качественные. Широко используемые методы проведения маркетинговых исследований собственными силами: методы анализа документов, методы опроса потребителей (методы социологических исследований), экспертные оценки, экспериментальные методы и экономико-математические методы. Выбор метода маркетинговых исследований	PO2	1/5	презентация, составление тестовых заданий	Чек-лист «презентация»; Чек-лист «составление тестовых заданий»
5	Практическое занятие. Тема: Методы маркетинговых исследований (продолжение).	Методы маркетинговых исследований: общенаучные (системный анализ, комплексный подход, программно-целевое планирование и др.), аналитико-прогностические (теория связи, теория вероятности, экономико-	PO3	3	case study	Чек-лист «case study» (разработка и решение кейса)

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		бстр. из 36

		статистические, экономико-математическое моделирование и др.), других областей знания (методы социологии, психологии, эстетики, дизайна, экологии и др.), маркетинговые группы (СТЕР-анализ (исследования внешней среды), SWOT-анализ (выявление сильных и слабых сторон, благоприятных возможностей и угроз), жизненный цикл товара, трехуровневый анализ товара и др.).				
	СРОП/СРО Задание СРО Искусственный интеллект в маркетинговых исследованиях	Задачи ИИ в маркетинговых исследованиях. Сферы применения ИИ в маркетинге: генерация и обработка контента; создание релевантных предложений; коммуникация с потребителями: чат-боты и голосовые помощники; оптимизация PPC-рекламы и таргетинга. Прогнозирование методами искусственного интеллекта: определение покупательского поведения	PO2	1/5	эссе, составление/решение кейсов	Чек-лист «эссе»; Чек-лист «case study» (разработка и решение кейса)
6	Практическое занятие. Тема:Определение объема выборки маркетинговых исследований.	Методы выборки. Необходимость определения размера выборки. Важность размера выборки для исследователя. Параметры, используемые в расчетах объема выборки:генеральная совокупность ("всего респондентов"), доверительный интервал ("погрешность" ± %), доверительная вероятность ("точность").Расчет размера выборки. Расчет доверительного интервала ("погрешность", ± %). Применяемые формулы.	PO2	3	семинар	Чек-лист «Семинар»
	СРОП/СРО Задание СРО Определение емкости рынка лекарственных	Емкость товарного рынка. Формула расчета. Факторы, влияющие на емкость рынка. Условия повышения доли рынка: цена, новые	PO3	/4	презентация, составление/решение кейсов	Чек-лист «презентация»; Чек-лист «case study»

OŃTÚSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		7стр. из 36

	препаратов и медицинских изделий	товары, обслуживание, масштабы и качество маркетинга, реклама. Метод холл-теста для определения потенциальной емкости рынка безрецептурного препарата.				(разработка и решение кейса)
7	Практическое занятие. Тема:Определение объема выборки маркетинговых исследований. (продолжение)	Методы выборки. Необходимость определения размера выборки. Важность размера выборки для исследователя. Параметры, используемые в расчетах объема выборки:генеральная совокупность ("всего респондентов"), доверительный интервал ("погрешность" $\pm$ %), доверительная вероятность ("точность").Расчет размера выборки. Расчет доверительного интервала ("погрешность", $\pm$ %). Применяемые формулы.	PO2	3	RBL	Чек-лист «анализ научной статьи»
	СРОП/СРО Задание СРО Рубежный контроль 1	Ответить на тестовые задания. Ответить на вопросы программированного контроля по билету.	PO5 PO6	1/5	Рубежный контроль коллоквиум	Чек-лист Рубежный контроль (коллоквиум)

ONTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		8стр. из 36

8	Практическое занятие. Тема: Исследования фармацевтического рынка.	Особенности рынка фармацевтической продукции. Элементы структуры фармрынка РК: потребители (пациенты и медицинские работники; посредники (оптовые и розничные торговцы); органы здравоохранения; производители лекарств. Изучение количественных характеристик рынка. Структура анализа фармацевтического рынка: анализ фармацевтической промышленности Казахстана, цены и объемы производства фармацевтических препаратов, анализ экспорта и импорта фармацевтической продукции, фармацевтические предприятия Казахстана, анализ уровня жизни населения и прогноз для рынков в Казахстана	PO3	3	RBL	Чек-лист «анализ научной статьи»
	СРОП/СРО Задание СРО Маркетинговая сегментация фармацевтического рынка.	Сегментация фармацевтического рынка товарная, по группам потребителей, терапевтическим группам. Характеристика сегментов фармацевтического рынка. Критерии сегментирования потребителей	PO3	1/5	презентация, составление/ решение ситуационных задач	Чек-лист «презентация»; Чек-лист «составление/ решение ситуационных задач»
9	Практическое занятие. Тема: Исследования маркетинговой среды предприятия.	Процесс подготовки и проведения исследования маркетинговой среды предприятия. Определение позиций предприятия на рынке. Анализ вторичной информации о рынке. Планирование маркетинговых исследований. Проведение маркетинговых исследований специализированной компанией. Анализ результатов проведенного маркетингового исследования.	PO3	3	разработка и решение кейсов	Чек-лист «case study» (разработка и решение кейса)
	СРОП/СРО Задание СРО Социальные тенденции маркетинга в	Концепция социально-этического маркетинга. Тенденции фармацевтического рынка в РК. Фармацевтика как система	PO1	1/5	презентация	Чек-лист «презентация»

OŇTÜSTİK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		9стр. из 36

	фармации	социальных ролей. Этические стандарты фармацевтического маркетинга.				
10	Практическое занятие. Тема: Технология диагностики удовлетворенности работой	Факторы удовлетворенности трудом (условия работы, материальное и нематериальное поощрение, отношения в коллективе, достижения, возможности карьерного развития, руководство). Методика расчета индекса удовлетворенности работой. Анкетирование сотрудников по 4 направлениям: карьера, руководство, оплата труда и условия труда. Опросник удовлетворенности трудом	PO6	3	case study	Чек-лист «case study» (разработка и решение кейса)
	СРОП/СРО Задание СРО Фармакоэкономические аспекты лечения социально значимых заболеваний	Продолжительность жизни в разных странах и расходы на здравоохранение. Оценка медицинских технологий в области онкологии, сахарного диабета.. Сердечно-сосудистая и общая смертность. Эффективность затрат на препараты для лечения социально-значимых заболеваний.	PO3	1/5	презентация, составление/ решение кейсов	Чек-лист «презентация»; Чек-лист «case study» (разработка и решение кейса)
11	Практическое занятие. Тема: Исследование конкурентов и конкурентоспособности фармацевтического и аптечного предприятия	Конкурентоспособность аптечной организации. Применение SWOT-анализа для оценки конкурентоспособности фармацевтического и аптечного предприятия. Метод изучения конкурентной среды по Портеру. Экспертный метод сравнения конкурентоспособности аптек. Расчет интегрированного показателя (индекса) конкурентоспособности. Метод анкетирования.	PO4	3	семинар	Чек-лист «Презентация, игра (обратная связь)»»»
	СРОП/СРО Задание СРО Роль конкуренции и оценка	Значение конкуренции для развития фармацевтического рынка и доступности фармацевтической помощи.	PO4	1/5	презентация, составление тестовых заданий	Чек-лист «презентация»; Чек-лист «составление

QONTUSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		10стр. из 36

	конкурентоспособности аптечных организаций	Факторы, влияющие на конкурентоспособность аптечных организаций. Методы и критерии оценки конкурентоспособности.				тестовых заданий»
12	Практическое занятие. Тема: Исследования товарной, ассортиментной и сбытовой деятельности фармацевтического предприятия.	Товар в системе маркетинга. Изучение ассортиментной политики в конкурентном анализе. Анализ ассортимента и ассортиментной политики. Методы прогнозирования потребности в отдельных группах лекарственных средств.	PO4	3	case study	Чек-лист «case study» (разработка и решение кейса)
	СРОП/СРО Задание СРО Рубежный контроль 2	Ответить на тестовые задания. Ответить на вопросы программированного контроля по билету	PO5 PO6	1/5	Рубежный контроль коллоквиум	Чек-лист Рубежный контроль (коллоквиум)
13	Практическое занятие. Тема: Аналитическая система маркетинга и предоставление результатов	Концепция методологии аналитических исследований фармацевтического рынка. Теоретические и методологические основы аналитических исследований фармацевтического рынка	PO3	2	семинар	Чек-лист «Презентация, игра (обратная связь)»»»
	СРОП/СРО Задание СРО Европейский Кодекс маркетинговых исследований в фармацевтике	Выбор агентства для проведения маркетингового исследования. Согласование маркетингового исследования. Международные исследования	PO1	1/5	презентация, составление тестовых заданий	Чек-лист «презентация»; Чек-лист «составление тестовых заданий»
14	Практическое занятие. Тема: ИИ как инструмент стратегического маркетинга в фармацевтической отрасли	Роль ИИ в разработке маркетинговой стратегии: от сегментации аудитории до оптимизации цен и рекламных каналов. Этика использования ИИ в продвижении лекарств, персонализация коммуникации с профессиональной и потребительской аудиторией.	PO3	2	семинар	Чек-лист «Презентация, игра (обратная связь)»»»

ONTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		11стр. из 36

	СРОП. СРОП/СРО Задание СРО Европейский Кодекс маркетинговых исследований в фармацевтике (продолжение)	Выбор агентства для проведения маркетингового исследования. Согласование маркетингового исследования.Международные исследования.	PO1	/4	презентация, составление тестовых заданий	Чек-лист «презентация»; Чек-лист «составление тестовых заданий»
	Подготовка и проведение промежуточной аттестации			12		
9.	Методы обучения и оценивания					
9.1	Практические занятия	семинары, анализ научных статей, «case study (разработка и решение кейса)»				
9.2	СРО/СРОП	«Case study» (разработка и решение кейса), тестовых заданий, рефератов, презентаций, эссе.				
9.3	Рубежный контроль	Коллоквиум (устный ответ)				
10.	Критерии оценивания					
10.1	Критерии оценивания результатов обучения дисциплины					
№ PO	Результаты обучения	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично	
PO1	Демонстрирует системное понимание концептуальных подходов к проведению маркетинговых исследований на основе Международного и европейского кодексов маркетинговых исследований, значения маркетинговых исследований и информационного обеспечения маркетинга в сфере обращения лекарственных средств.	1.Не знает концептуальных подходов к проведению маркетинговых исследований. 2.Не владеет современными методиками проведения маркетинговых исследований. 3.Не имеет представления о Международных и европейских кодексах маркетинговых исследований. 4.Затрудняется в аргументировании использования информационного обеспечения маркетинга в сфере обращения лекарственных средств.	1.Знает концептуальные подходы к проведению маркетинговых исследований. 2.Владеет некоторыми методиками проведения маркетинговых исследований. 3.Имеет представление о Международных и европейских кодексах маркетинговых исследований. 4.Описывает информационное обеспечение маркетинга в сфере обращения лекарственных средств.	1.Демонстрирует понимание методологических и методических подходов к проведению маркетинговых исследований. 2.Владеет методиками проведения маркетинговых исследований. 3.Ориентируется в Международных и европейских кодексах маркетинговых исследований. 4.Характеризует информационное обеспечение маркетинга в сфере обращения лекарственных средств.	1.Демонстрирует системное понимание концептуальных подходов к проведению маркетинговых исследований. 2.Владеет современными методиками проведения маркетинговых исследований. 3.Интерпретирует Международные и европейские кодексы маркетинговых исследований. 4.Аргументирует использование информационного обеспечения маркетинга в сфере обращения лекарственных средств.	

ONTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		12стр. из 36

PO2	Планирует маркетинговые исследования фармацевтического рынка, определяя объем выборки и обосновывая выбор методов маркетингового исследования, осуществляя разработку дизайна исследования потребителей лекарственных препаратов на основе дифференциации маркетинговой среды.	1. Не способен самостоятельно проводить маркетинговые исследования. 2. Затрудняется в разработке инструментария для проведения маркетинговых исследований. 3. Не способен рассчитать объем выборки для проведения маркетинговых исследований. 4. Затрудняется в обосновании выбора метода маркетингового исследования. 5. Не способен разработать дизайн исследования потребителей лекарственных препаратов.	1. Способен проводить некоторые этапы маркетинговых исследований. 2. Разрабатывает инструментарий для проведения маркетинговых исследований, допуская неточности в формулировках вопросов. 3. Рассчитывает объем выборки для проведения маркетинговых исследований, допуская ошибки. 4. Описывает методы маркетингового исследования, не производя выбора метода. 5. Разрабатывает отдельные элементы дизайна исследования потребителей лекарственных препаратов.	1. Способен проводить маркетинговые исследования. 2. Совместно разрабатывает инструментарий для проведения маркетинговых исследований. 3. Рассчитывает объем выборки для проведения маркетинговых исследований. 4. Выбирает метод маркетингового исследования, не аргументируя свое решение. 5. Разрабатывает дизайн исследования потребителей лекарственных препаратов, не дифференцируя маркетинговую среду.	1. Способен самостоятельно проводить маркетинговые исследования, предварительно их планируя и организуя. 2. Самостоятельно разрабатывает инструментарий для проведения маркетинговых исследований. 3. Рассчитывает объем выборки для проведения маркетинговых исследований, обосновывая расчеты. 4. Обосновывает выбор метода маркетингового исследования, аргументируя свое решение. 5. Самостоятельно разрабатывает дизайн исследования потребителей лекарственных препаратов, дифференцируя маркетинговую среду.
PO3	Определяет емкость рынка лекарственных препаратов и медицинских изделий, типы сегментирования на основе исследования маркетинговой среды предприятия и фармацевтического	1. Не способен определить емкость рынка лекарственных препаратов и медицинских изделий. 2. Затрудняется в проведении исследования маркетинговой среды предприятия с	1. Рассчитывает емкость рынка лекарственных препаратов и медицинских изделий, допуская ошибки. 2. Предлагает методы маркетингового анализа для исследования	1. Определяет емкость рынка лекарственных препаратов и медицинских изделий. 2. Проводит исследование маркетинговой среды предприятия с применением методов	1. Самостоятельно определяют емкость рынка лекарственных препаратов и медицинских изделий. 2. Проводит исследование маркетинговой среды предприятия и сегментирование

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		13стр. из 36

	о рынка с применением современных методов маркетингового анализа, аргументируя собственные выводы, оценивая и интерпретируя результаты научных исследований, объясняя наблюдаемые факты и явления, их причинно-следственные связи, представляя и публикуя результаты научных исследований, внедряя научные достижения в фармацевтическую отрасль.	применением современных методов маркетингового анализа. 3. Не способен оценить результаты маркетинговых и аналитических исследований фармацевтического рынка. 4. Затрудняется систематизировать элементы структуры фармрынка. 5. Не представляет результаты научных исследований в виде публикаций, выступлений на конференциях.	маркетинговой среды предприятия и сегментирования рынка. 3. Характеризует результаты маркетинговых и аналитических исследований фармацевтического рынка без интерпретации. 4. Называет элементы структуры фармрынка. 5. Представляет результаты исследований в научной работе.	маркетингового анализа. 3. Систематизирует результаты маркетинговых и аналитических исследований фармацевтического рынка без интерпретации. 4. Описывает элементы структуры фармрынка. 5. Представляет результаты научных исследований в виде публикаций.	рынка с применением современных методов маркетингового анализа. 3. Оценивает результаты маркетинговых и аналитических исследований фармацевтического рынка, интерпретируя показатели. 4. Систематизирует элементы структуры фармрынка, устанавливая их причинно-следственные связи. 5. Представляет результаты научных исследований в виде публикаций, выступлений на конференциях.
Р04	Проводит критический анализ и оценку маркетинговой информации, спроса, конкурентов и конкурентоспособности фармацевтического и аптечного предприятия, выбирая методы прогнозирования потребности в отдельных группах лекарственных средств, методы	1. Не владеет методами изучения спроса, формирования ассортимента и прогнозирования потребности в лекарственных препаратах и других товарах аптечного ассортимента. 2. Не способен оценить конкурентов, конкурентоспособность фармацевтического и аптечного	1. Называет методы изучения спроса, формирования ассортимента и прогнозирования потребности в лекарственных препаратах и других товарах аптечного ассортимента. 2. Описывает конкурентов, конкурентоспособность фармацевтическ	1. Описывает методы изучения спроса, формирования ассортимента и прогнозирования потребности в лекарственных препаратах и других товарах аптечного ассортимента. 2. Характеризует конкурентов, анализируя конкурентоспособность фармацевтического	1. Владеет методами изучения спроса, формирования ассортимента и прогнозирования потребности в лекарственных препаратах и других товарах аптечного ассортимента. 2. Критически оценивает конкурентов, анализируя конкурентоспособность фармацевтическо

ONTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		14стр. из 36

	исследования ассортимента фармацевтических товаров.	предприятия с применением методов SWOT-анализа, экспертного сравнения. 3.Затрудняется в выборе методов определения потребности и прогнозировании потребности в отдельных группах лекарственных средств. 4.Не способен назвать методы исследования ассортимента фармацевтических товаров.	ого и аптечного предприятия. 3.Указывает методы определения потребности, описывая прогноз потребности в отдельных группах лекарственных средств. 4.Перечисляет методы исследования ассортимента фармацевтическ их товаров.	о и аптечного предприятия, с применением методов SWOT-анализа, экспертного сравнения. 3.Выбирает метод определения потребности, составляя прогноз потребности в отдельных группах лекарственных средств. 4.Характеризует методы исследования ассортимента фармацевтически х товаров на основе системы анализа маркетинговой информации.	го и аптечного предприятия, с применением методов SWOT-анализа, экспертного сравнения и др. 3.Аргументирует выбор методов определения потребности, составляя прогноз потребности в отдельных группах лекарственных средств. 4.Интерпетирует методы исследования ассортимента фармацевтическ их товаров на основе системы анализа маркетинговой информации.
PO5	Владеет навыками публичного выступления с представлением собственных суждений, анализа и синтеза информации, строя партнерские, доверительные взаимоотношения с коллегами и работниками здравоохранения, демонстрируя мультикультурнос ть и открытость в работе.	1.Затрудняется выступать с представлением собственных суждений по методологии научного исследования. 2.Не способен к логическому и аргументированно му анализу, ведению дискуссии. 3.Ограниченно взаимодействует с коллегами и работниками здравоохранения	1.Формулирует некоторые суждения по методологии научного исследования. 2.Способен к ведению дискуссии. 3.Устанавливает партнерские, доверительные взаимоотношени я с коллегами.	1.Выступает с представлением некоторых суждений по методологии научного исследования. 2.Способен к логическому анализу, ведению дискуссии. 3.Устанавливает партнерские, доверительные взаимоотношения с коллегами и работниками здравоохранения, демонстрируя мультикультурнос ть и открытость в работе.	1.Публично выступает с представлением собственных суждений по методологии научного исследования. 2.Способен к логическому и аргументированн ому анализу, ведению дискуссии. 3.Строит партнерские, доверительные взаимоотношени я с коллегами и работниками здравоохранения ,

O'NTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		15стр. из 36

					демонстрирующую культуру и открытость в работе.
Р06	Занимается профессиональным ростом, демонстрируя навыки самоанализа, опыт преподавания на уровне высшего образования, проводя поиск информации в базах данных для написания научных работ, разрабатывая идеи, систематизируя и интерпретируя результаты научных исследований на основе критического мышления.	1. Не получает дополнительное образование. 2. Не осведомлен об изменениях и нововведениях в профессиональной области. 3. Частично использует информацию для решения конкретных профессиональных задач. 4. Затрудняется в представлении результатов научных исследований при написании научных работ.	1. Периодически получает дополнительное образование. 2. Осведомлен об изменениях и нововведениях в профессиональной области. 3. Использует информацию для решения конкретных профессиональных задач. 4. Приводит результаты научных исследований при написании научных работ, разрабатывая идеи на основе критического мышления.	1. Повышает свою квалификацию, получая дополнительное образование. 2. Осведомлен обо всех изменениях и нововведениях в профессиональной области. 3. Систематизирует информацию, используя ее для решения конкретных профессиональных задач. 4. Обобщает результаты научных исследований при написании научных работ, разрабатывая идеи на основе критического мышления.	1. Систематически повышает свою квалификацию, получая дополнительное образование. 2. Использует все изменения и нововведения в профессиональной области. 3. Демонстрирует навыки самоанализа, систематизируя информацию и используя ее для решения конкретных профессиональных задач; 4. Интерпретирует результаты научных исследований при написании научных работ, разрабатывая идеи на основе критического мышления.

10.2 Методы и критерии оценивания

Чек-листы для практического занятия

1. Критерии оценивания задания «Презентация, игра (обратная связь)»						
№ п/п	Критерии оценки	Оценка				
		Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно	
1	Раскрывает практическую и теоретическую значимость темы.	9 - 10	7 - 8	5 - 6	0 - 5	
2	Использует междисциплинарную и внутридисциплинарную связь.	9 - 10	7 - 8	5 - 7	0 - 5	
3	Применяет средства визуализации/ использует другие наглядные средства.	9 - 10	7 - 9	5 - 7	0 - 5	
4	Грамотно формулирует выводы и/или предлагает оптимальное решение.	9 - 10	7 - 10	6 - 7	0 - 5	

QO'NTUSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		16стр. из 36

		Итого	54 - 60	42 -53	30 - 41	0 -29
2. Case study (разработка и решение кейса)						
	№	Критерии	Описание			Баллы
1	Выбор заголовка		Заголовок кейса краткий, яркий, информативный, привлекает внимание и полностью отражает содержание кейса.			9-10
			Заголовок кейса немного длинный, но информативный, отражает содержание кейса.			7-8
			Заголовок кейса длинный, трудно воспринимаемый, мало отражает содержание кейса.			5-6
			Заголовок эссе громоздкий и малоинформативный, не отражает содержание кейса.			0-4
2	Соответствие кейса содержанию темы занятия		Кейс полностью адекватен/валиден содержанию темы занятия. Для создания задач использованы актуальные источники: учебная литература, научные публикации, законодательно-нормативные акты, справочный материал.			9-10
			Кейс адекватен/валиден содержанию темы занятия. Для создания кейса использована актуальная учебная литература.			7-8
			Кейс не полностью адекватен/валиден содержанию темы занятия, встречаются ситуации не по теме занятия. Для создания кейса использованы как актуальные, так и устаревшие источники.			5-6
			Кейс частично адекватен/валиден содержанию темы занятия, либо составлен не по теме занятия. Для создания кейса использованы устаревшие источники, либо законодательство других стран.			0-4
3	Информация, глубина раскрытия темы		Подобрана необходимая и интересная информация. Тема раскрыта полностью. Обучающимся продемонстрированы глубокие знания, выходящие за рамки изучаемой программы.			9-10
			Подобрана необходимая информация. Тема раскрыта, при защите продемонстрированы знания в рамках изучаемой программы.			7-8
			Информации подобрано недостаточно. Тема раскрыта частично, при защите продемонстрированы слабые знания в рамках изучаемой программы.			5-6
			Тема не раскрыта. Обучающийся плохо ориентируется в вопросах темы занятия. Либо кейс не составлен.			0-4
4	Фабула, история		Самостоятельно составляет кейс, за основу которого берет реальные, интересные, отражающие практическую деятельности ситуации.			9-10
			Самостоятельно составляет кейс, за основу которого берет реальные ситуации, но малозначимые для практической деятельности.			7-8
			Самостоятельно составляет кейс, за основу которого берет ситуации, связанные с рутинной работой, не предполагающие оригинального решения.			5-6
			С большим трудом составляет кейс, за основу которого берет ситуации, связанные с рутинной работой, не интересные, или не способен создать ситуацию.			0-4
5	Выделение основных проблем		Обучающийся показывает глубокое знание материала, выделяет основные проблемы, дает им критическую оценку.			9-10
			Обучающийся показывает знание материала; выделяет не все проблемы, которые характеризует и оценивает.			7-8
			Обучающийся показывает слабое знание материала, затрудняется в выделении проблем, но участвует в их			5-6

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		17стр. из 36

			обсуждении.	
			Обучающийся плохо ориентируется в теме занятия, не способен сформулировать проблему.	0-4
	6	Формулировка вопросов	Вопросы сформулированы корректно, грамотно, логично, включают все ключевые проблемы, описанные в кейсе. Постановка вопросов дает возможность принятия решений, предполагая их многовариантность и неоднозначность.	9-10
			Вопросы сформулированы грамотно, включают не все ключевые проблемы, описанные в кейсе. Постановка вопросов предполагает однозначное их решение.	7-8
			Вопросы сформулированы с ошибками, включают не все ключевые проблемы, описанные в кейсе. Постановка вопросов предполагает однозначное их решение.	5-6
			В формулировке вопросов имеются грубые ошибки. Вопросы отражают несущественную проблему, либо обучающийся затрудняется сформулировать вопрос.	0-4
	7.	Решение кейса	Обучающийся правильно оценивает ситуацию, анализирует все аспекты проблемы и выделяет из них наиболее важные. Все цифры и факты подтверждает расчетами и ссылками на источники. Отвечает на все поставленные вопросы, предлагает оптимальные и альтернативные варианты решения проблем, представленных в кейсе. Убедительно аргументирует свое решение, строит прогноз по позитивному и негативному сценарию.	9-10
			Обучающийся оценивает ситуацию, анализирует проблемы и выделяет из них важные. Цифры и факты подтверждает расчетами и ссылками на источники. Отвечает на все поставленные вопросы, но допускает неточности. Предлагает альтернативный вариант решения проблем. Аргументирует свое решение.	7-8
			Обучающийся оценивает ситуацию, анализирует проблемы. Отвечает на поставленные вопросы не полностью, допускает неточности и принципиальные ошибки. Затрудняется в предложении альтернативных вариантов решения проблем. Слабо аргументирует свое решение.	5-6
			Обучающийся затрудняется в оценке ситуации, определении проблем, формулировке ответов. На поставленные вопросы отвечает, допуская грубые ошибки. Не аргументирует свое решение.	0-4
	8	Подбор литературы, оформление кейса	Кейс оформлен титульным листом, с указанием темы занятия, ФИО выполнившего и проверившего. Кейс включает заголовок, описание ситуации, вопросы, поиск решений, описание результата, список использованной литературы. Приведено не менее 5 литературных источников за последние 5 лет.	9-10
			Кейс оформлен титульным листом, с указанием темы занятия, ФИО выполнившего и проверившего. Кейс содержит не все структурные подразделы (один из подразделов отсутствует). Приведено не менее 5 литературных источников, из них за последние 5 лет – 3-4.	7-8
			Кейс оформлен титульным листом, с указанием темы занятия, ФИО выполнившего и проверившего. Кейс содержит не все структурные подразделы (два отсутствуют). Приведено не менее 5 литературных источников, из них за последние 5 лет – 1-2.	5-6
			Кейс оформлен титульным листом, с техническими нарушениями. Кейс содержит не все структурные подразделы	0-4

ONŮTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		18стр. из 36

			(три отсутствуют). Приведено менее 5 литературных источников, из них за последние 5 лет – 0-1	
9	Своевременное представление кейса и защита в срок		Кейс представлен в срок. Защита проводилась по графику.	9-10
			Кейс представлен с опозданием на 1 занятие. Защита проводилась вне графика.	7-8
			Кейс представлен с опозданием на 2 занятия. Защита проводилась вне графика.	5-6
			Кейс не представлен до рубежного контроля. Защита проводилась вне графика или не проводилась.	0-4
10	Творческий подход к работе		Работа отличается творческим подходом (кейс представлен как в бумажном/электронном виде, так в виде презентации). Обучающийся излагает материал четко, ясно, логично, грамотно, владеет профессиональной речью. Уверенно и безошибочно отвечает на все заданные вопросы. Использует критическое мышление, предлагает оригинальное оптимальное решение, которое убедительно аргументирует.	9-10
			Работа отличается творческим подходом (кейс представлен в бумажном/электронном виде и в виде презентации). Обучающийся излагает материал ясно, владеет профессиональной речью. При ответе на заданные вопросы допускает 1 принципиальную ошибку, которую сам исправляет. Предлагает свое решение, которое аргументирует.	7-8
			Работа не отличается творческим подходом. При ответе на заданные вопросы допускает 1-2 принципиальные ошибки. Предлагает свое решение, которое не аргументирует.	5-6
			Работа не отличается творческим подходом. Не способен ответить на вопросы, либо допускает грубые ошибки.	0-4
		Итого		

3. Анализ научной статьи			
№	Критерии	Описание	Баллы
1.	Глубина понимания	Демонстрация глубокого понимания цели, исследовательского вопроса, теоретической базы и методологии статьи.	0-10
2.	Критический анализ	Умение выявить сильные и слабые стороны исследования, ограничения, потенциальные источники ошибок, этические аспекты.	0-10
3.	Научная новизна и вклад	Оценка значимости статьи в контексте современной научной литературы, выявление оригинальности и вклада в область.	0-10
4.	Методологическая оценка	Грамотная и обоснованная критика применённых методов исследования, корректность интерпретации результатов.	0-10
5.	Интертекстуальность	Сравнение статьи с другими научными работами, умение встроить её в более широкий академический дискурс.	0-10
6.	Аргументированность выводов	Логичность и убедительность собственных выводов, подкреплённых конкретными примерами и ссылками.	0-10
7.	Академический стиль и язык	Высокий уровень академического письма: терминологическая точность, отсутствие разговорности, ясность формулировок.	0-10
8.	Оформление и цитирование	Корректность ссылок, соблюдение академических	0-10

OŇTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		19стр. из 36

		стандартов (APA, Chicago, Vancouver и др.), отсутствие плагиата.	
9.	Оригинальность анализа	Авторская позиция докторанта, самостоятельность мышления, выход за пределы пересказа.	0-10
10.	Целостность работы	Общая логика, структура, полнота анализа и его соответствие требованиям уровня докторантуры.	0-10
Итого			0-100

Чек-листы для СРО

1.Реферат				
№	Критерии	Описание	Баллы	
1	Определение проблемной ситуации и актуальности темы	Проблемы четко сформулированы, научно обоснованы и интегрированы. Актуальность темы аргументирована.	9-10	
		Проблемы сформулированы и обоснованы. Актуальность темы раскрыта.	7-8	
		Проблемы частично сформулированы, не обоснованы. Актуальность темы частично раскрыта.	5-6	
		Проблемы не сформулированы или поверхностно сформулированы, Актуальность темы не отражена	0-4	
2	Глубина раскрытия темы	Тема раскрыта полностью, при защите продемонстрированы глубокие знания, выходящие за рамки изучаемой программы. Используются научные термины, наблюдается свободное оперирование ими.	9-10	
		Тема раскрыта, при защите продемонстрированы знания в рамках изучаемой программы. Недостаточно используются научные термины. Содержание охватывает все вопросы темы.	7-8	
		Тема раскрыта частично. Не используются научные термины. Содержание не охватывает все вопросы темы.	5-6	
		Тема не раскрыта. Содержание не охватывает все вопросы темы. Не используются научные термины.	0-4	
3	Структура и содержание реферата	В реферате отражены все основные разделы: введение (тема, цели и задачи, актуальность); основное содержание (перечень конкретных вопросов, изученных по теме); заключение (выводы и предложения); список использованной литературы. Список использованной литературы пронумерован по мере упоминания в обзоре литературы.	9-10	
		В реферате отражены все основные разделы: введение (тема, цели и задачи, актуальность); основное содержание (перечень конкретных вопросов, изученных по теме); заключение (выводы и предложения); список использованной литературы. В основной части разделы указаны в логической последовательности. Список использованной литературы пронумерован не по мере упоминания в обзоре литературы. Имеются незначительные грамматические и стилистические ошибки.	7-8	
		В реферате частично отражены основные разделы. В основной части разделы указаны не в логической последовательности. Список использованной литературы пронумерован не по мере упоминания в обзоре литературы. Имеются грамматические и стилистические ошибки.	5-6	
		В реферате отражены не все разделы, логическое расположение которых не соблюдается. Имеются грубые грамматические и стилистические ошибки.	0-4	

OŃTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		20стр. из 36

	4	Качество изложения материала реферата	Соблюдается логическая последовательность изложения материала, убедительность аргументации, краткость и точность формулировок. Обучающийся дает критическую оценку проблемам, излагаемым разными авторами. Приводятся таблицы, рисунки, формулы.	9-10
			Соблюдается логическая последовательность изложения материала. Обучающийся указывает проблемы, излагаемым разными авторами. Приводятся таблицы, рисунки, формулы	7-8
			Логическая последовательность изложения материала не всегда соблюдается. Обучающийся частично указывает проблемы, излагаемым разными авторами. Таблицы, рисунки, формулы приведены в недостаточном количестве.	5-6
			Логическая последовательность изложения материала частично соблюдается, или не соблюдается. Не приводятся или недостаточно приводятся таблицы, рисунки, формулы.	0-4
	5	Формулировка выводов	Выводы сформулированы верно, аргументированы.	9-10
			Выводы сформулированы верно, но не полностью аргументированы.	7-8
			Выводы сформулированы не полно, не достаточно аргументированы	5-6
			Выводы сформулированы не верно, не аргументированы.	0-4
	6	Подбор и использование литературы	Указаны наиболее актуальные публикации/исследования, размещенные в полнотекстовых базах, данных, в авторитетных изданиях. Ссылки указаны в тексте последовательно с номерами.	9-10
			Указаны публикации/исследования, размещенные в полнотекстовых базах, данных из ограниченного числа источников. Ссылки в тексте указаны последовательно с номерами.	7-8
			Указаны однотипные публикации/исследования, размещенные в открытом доступе в интернете. Практически не используются полнотекстовые базы данных, авторитетные издания. Большая часть источников не относится к теме реферата. Ссылки в тексте не указаны.	5-6
			Практически не используются полнотекстовые базы данных, авторитетные издания. Большая часть источников не относится к теме проекта. Ссылки в тексте не указаны.	0-4
	7.	Количество литературных источников	В реферате использовано не менее 5 литературных источников за последние 5 лет.	9-10
			В реферате использовано не менее 5 литературных источников, но из них 3- 4 за последние 5 лет.	7-8
			В реферате использовано менее 5 литературных источников, из них 1-2 за последние 5 лет.	5-6
			В реферате использовано менее 5 литературных источников, из них нет источников за последние 5 лет.	0-4
	8	Соответствие оформления реферата предъявляемым требованиям	Реферат выполнен аккуратно, представлен не менее чем на 10 страницах машинописного текста, формат А 4, шрифт Times New Roman, размер шрифта 14, поля сверху, справа, снизу по 2 см, слева 3 см. Соблюдаются технические требования к оформлению реферата.	9-10
			Реферат выполнен аккуратно, представлен не менее чем на 10 страницах машинописного текста, формат А 4, шрифт Times New Roman, размер шрифта 14, поля сверху, справа, снизу по 2 см, слева 3 см. Технические требования к оформлению проекта	7-8

OŇTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		21стр. из 36

		соблюдены не полностью.	
		Реферат выполнен не аккуратно, представлен менее чем на 10 страницах машинописного текста, формата А 4. Шрифт Times New Roman, размер шрифта и поля сверху, справа, снизу не соответствуют. Технические требования к оформлению проекта соблюдены частично.	5-6
		Реферат выполнен не аккуратно, представлен менее чем на 10 страницах машинописного текста, формата А 4. Шрифт, размер шрифта и поля сверху, справа, снизу не соответствуют. Технические требования к оформлению проекта не соблюдены.	0-4
9.	Своевременное представление реферата и защита в срок	Реферат представлен в срок. Защита проводилась по графику.	9-10
		Реферат представлен с опозданием на 1 занятие. Защита проводилась вне графика.	7-8
		Реферат представлен с опозданием на 2 занятия. Защита проводилась вне графика.	5-6
		Реферат не представлен до рубежного контроля. Защита проводилась вне графика или не проводилась.	0-4
10.	Творческий подход к работе, качество доклада	Работа отличается творческим подходом, оригинальным решением проблемы. При защите реферата текст не читает, а рассказывает. Излагает материал четко, ясно, логично, грамотно, убедительно, владеет профессиональной речью. Уверенно и безошибочно на все заданные вопросы.	9-10
		Работа отличается творческим подходом. При защите реферата текст не читает, а рассказывает. При ответе на заданные вопросы допускает 1 не принципиальную ошибку, которую сам исправляет.	7-8
		Работа не отличается творческим подходом. При защите реферата текст читает. При ответе на заданные вопросы допускает 1-2 принципиальные ошибки.	5-6
		Работа не отличается творческим подходом. При защите реферата текст читает. Не способен ответить на вопросы, либо допускает грубые ошибки.	0-4
Итого			0-100
2. Презентация			
№	Критерии	Описание	Баллы
1	Определение проблемной ситуации и актуальности темы	Проблемы четко сформулированы, научно обоснованы и интегрированы. Актуальность темы аргументирована.	9-10
		Проблемы сформулированы и обоснованы. Актуальность темы раскрыта.	7-8
		Проблемы частично сформулированы, не обоснованы. Актуальность темы частично раскрыта.	5-6
		Проблемы не сформулированы или поверхностно сформулированы, Актуальность темы не отражена	0-4
2	Глубина раскрытия темы	Тема раскрыта полностью, при защите продемонстрированы глубокие знания, выходящие за рамки изучаемой программы. Используются научные термины, наблюдается свободное оперирование ими.	9-10
		Тема раскрыта, при защите продемонстрированы знания в рамках изучаемой программы. Недостаточно используются научные термины. Содержание охватывает все вопросы темы.	7-8
		Тема раскрыта частично. Не используются научные термины. Содержание не охватывает все вопросы темы.	5-6
		Тема не раскрыта. Содержание не охватывает все вопросы темы. Не используются научные термины.	0-4

O'ŇTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		22стр. из 36

	3	Структура и содержание презентации	Презентация включает в себя основные разделы: титульный слайд, план презентации, ключевые слайды, список источников, заключительный слайд. Слайды располагаются в логической последовательности.	9-10
			В презентации отсутствует один из разделов. Слайды располагаются в логической последовательности.	7-8
			В презентации отсутствует два раздела. Расположение слайдов не соответствует логической последовательности.	5-6
			В презентации отсутствует три раздела и более. Расположение слайдов хаотично.	0-4
	4	Качество изложения материала презентации	Соблюдается логическая последовательность изложения материала, убедительность аргументации, краткость и точность формулировок. Обучающийся дает критическую оценку проблемам, излагаемым разными авторами. Активно поддерживается контакт с аудиторией. Соблюдается регламент доклада – 15 минут.	9-10
			Соблюдается логическая последовательность изложения материала, приводятся аргументы. Обучающийся описывает проблемы, излагаемым разными авторами. Поддерживается контакт с аудиторией. Соблюдается регламент доклада – 15 минут.	7-8
			Не всегда соблюдается логическая последовательность изложения материала, не достаточно приводится аргументов. Обучающийся описывает проблемы, излагаемым разными авторами. Частично поддерживается контакт с аудиторией. Не соблюдается регламент доклада.	5-6
			Не соблюдается логическая последовательность изложения материала. Обучающийся затрудняется в приведении аргументов и в описании проблем. Не поддерживается контакт с аудиторией. Не соблюдается регламент доклада.	0-4
	5	Формулировка выводов	Выводы сформулированы верно, аргументированы.	9-10
			Выводы сформулированы верно, но не полностью аргументированы.	7-8
			Выводы сформулированы не полно, не достаточно аргументированы	5-6
			Выводы сформулированы не верно, не аргументированы.	0-4
	6	Подбор и использование литературы	Указаны наиболее актуальные публикации/исследования, размещенные в полнотекстовых базах, данных, в авторитетных изданиях. Ссылки указаны в тексте последовательно с номерами.	9-10
			Указаны публикации/исследования, размещенные в полнотекстовых базах, данных из ограниченного числа источников. Ссылки в тексте указаны последовательно с номерами.	7-8
			Указаны однотипные публикации/исследования, размещенные в открытом доступе в интернете. Практически не используются полнотекстовые базы данных, авторитетные издания. Большая часть источников не относится к теме реферата. Ссылки в тексте не указаны.	5-6
			Практически не используются полнотекстовые базы данных, авторитетные издания. Большая часть источников не относится к теме проекта. Ссылки в тексте не указаны.	0-4
	7.	Количество литературных	В презентации использовано не менее 5 литературных источников за последние 5 лет.	9-10

OŃTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		23стр. из 36

		источников	В презентации использовано не менее 5 литературных источников, но из них 3- 4 за последние 5 лет.	7-8
			В презентации использовано менее 5 литературных источников, из них 1-2 за последние 5 лет.	5-6
			В презентации использовано менее 5 литературных источников, из них нет источников за последние 5 лет.	0-4
	8	Соответствие оформления презентации	Количество слайдов 15-20. Соблюдается единый стиль оформления. На одном слайде использовано не более трех цветов: для фона, заголовка и текста. Шрифты для заголовков – не менее 24, для информации – не менее 18. Надписи располагаются под картинками (рисунками), названия таблиц – сверху. Слайды эстетичны, диаграммы и рисунки привлекательны, содержательны и интересны. Используются возможности компьютерной анимации. Заголовки привлекают внимание аудитории. Слайды содержательные и лаконичные, не перегружены информацией. На каждом слайде отражена 1 законченная мысль, использованы короткие слова и предложения. Текст легко читается, цвет и фон сочетается с графическими элементами, рисунки и таблицы размещены корректно, все гиперссылки работают.	9-10
			Количество слайдов 10-14. Соблюдается единый стиль оформления. На одном слайде использовано не более трех цветов: для фона, заголовка и текста. Шрифты для заголовков и информации соответствуют требованиям. Имеются незначительные нарушения в расположении картинок (рисунков), таблиц и диаграмм. Заголовки привлекают внимание аудитории. На каждом слайде отражена 1 законченная мысль. Текст легко читается, все гиперссылки работают.	7-8
			Количество слайдов 7-9. Не всегда соблюдается единый стиль оформления. На одном слайде использовано более трех цветов. Шрифты для заголовков и информации частично соответствуют требованиям. Имеются нарушения в расположении картинок (рисунков), таблиц и диаграмм. Слайды перегружены информацией. Текст не всегда легко читается, гиперссылки частично не работают.	5-6
			Количество слайдов 5-6. Не соблюдается единый стиль оформления. На одном слайде использовано более трех цветов. Шрифты для заголовков и информации не соответствуют требованиям. Имеются нарушения в расположении картинок (рисунков), таблиц и диаграмм. Слайды перегружены информацией. Текст не всегда легко читается, гиперссылки частично не работают.	0-4
	9.	Своевременное представление презентации и защита в срок	Презентация представлена в срок. Защита проводилась по графику.	9-10
			Презентация представлена с опозданием на 1 занятие. Защита проекта проводилась вне графика.	7-8
			Презентация представлена с опозданием на 2 занятия. Защита реферата проводилась вне графика.	5-6
			Презентация не представлена до рубежного контроля. Защита презентации проводилась вне графика или не проводилась.	0-4
	10.	Творческий подход к работе, качество доклада	Работа отличается творческим подходом, оригинальным решением проблемы. При защите презентации текст не читает, а рассказывает и интерпретирует. Приводит примеры. Излагает материал четко, ясно, логично, грамотно, убедительно, владеет профессиональной речью. Уверенно и безошибочно отвечает на	9-10

QO'NTUSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		24стр. из 36

		все заданные вопросы.	
		Работа отличается творческим подходом. При защите текст презентации не читает, а рассказывает. При ответе на заданные вопросы допускает 1 не принципиальную ошибку, которую сам исправляет.	7-8
		Работа не отличается творческим подходом. При защите презентации текст читает. При ответе на заданные вопросы допускает 1-2 принципиальные ошибки.	5-6
		Работа не отличается творческим подходом. При защите реферата текст читает. Не способен ответить на вопросы, либо допускает грубые ошибки.	0-4
		Итого	0-100
3.Эссе			
№	Критерии	Описание	Баллы
1	Выбор заголовка	Заголовок эссе краткий, но информативный, привлекает внимание. Содержание эссе соответствует заявленной теме.	9-10
		Заголовок эссе немного длинный. Содержание эссе соответствует заявленной теме.	7-8
		Заголовок длинный, малоинформативный. Содержание эссе частично соответствует заявленной теме.	5-6
		Заголовок эссе плохо отражает содержание работы, громоздкий. Содержание эссе не соответствует заявленной теме.	0-4
2	Определение проблемной ситуации и актуальности темы	Проблема четко сформулирована, обоснована и интегрирована.	9-10
		Проблема сформулирована и обоснована.	7-8
		Проблема частично сформулирована, не обоснована.	5-6
		Проблема не сформулирована или поверхностно сформулирована.	0-4
3	Глубина раскрытия проблемы в рамках изучаемой темы	Проблема раскрыта полностью, продемонстрированы глубокие знания, выходящие за рамки изучаемой программы. Обучающийся объясняет свое понимание, используя в качестве доказательства примеры из подобранной литературы.	9-10
		Проблема раскрыта, продемонстрированы знания в рамках изучаемой программы.	7-8
		Проблема раскрыта частично, продемонстрированы слабые знания в рамках изучаемой программы.	5-6
		Проблема не раскрыта или раскрыта частично, обучающийся слабо ориентируется в рамках изучаемой программы.	0-4
4	Умение формулировать собственные мысли и структурировать информацию	Обучающийся (автор) четко и грамотно формулирует мысли, структурирует информацию, использует основные понятия, выделяет причинно-следственные связи, иллюстрирует опыт соответствующими примерами, аргументирует свои выводы, показывает эрудированность и информированность.	9-10
		Обучающийся (автор) грамотно формулирует мысли, структурирует информацию, использует основные понятия, аргументирует свои выводы, показывает информированность.	7-8
		Обучающийся (автор) слабо формулирует мысли, использует основные понятия, аргументирует свои выводы.	5-6
		Обучающийся (автор) мало способен сформулировать мысли и аргументировать свои выводы.	0-4
5	Качество изложения материала	Наличие композиционной цельности, части высказывания логически связаны, мысль последовательно развивается. Соблюдается краткость и точность формулировок, непринужденность и легкость изложения. Демонстрируется	9-10

OŃTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		25стр. из 36

		умение идти от частного к общему, от общего к частному. Представленные аргументы веские и убедительные. Присутствует авторская оценка темы и выбранной проблемы. Грамматические и стилистические ошибки отсутствуют, или присутствуют в незначительном количестве.	
		Наличие композиционной цельности, части высказывания логически связаны. Соблюдается краткость формулировок. Представлены веские аргументы. Присутствует авторская оценка темы. Грамматические и стилистические ошибки присутствуют в незначительном количестве.	7-8
		Части эссе логически мало связаны. Не соблюдается краткость и точность формулировок. Аргументы представлены в малом количестве. Авторская оценка темы слабая. Грамматические и стилистические ошибки присутствуют в большом количестве.	5-6
		Части эссе логически не связаны. Не соблюдается краткость и точность формулировок. Аргументы не представлены, или представлены в незначительном количестве. Авторская оценка темы отсутствует. Грамматические и стилистические ошибки присутствуют в большом количестве.	0-4
6	Формулировка выводов	Выводы сформулированы верно, аргументированы из разных источников, присутствует активная позиция автора.	9-10
		Выводы сформулированы верно, но не полностью аргументированы, присутствует позиция автора.	7-8
		Выводы сформулированы не полностью, недостаточно аргументированы, позиция автора слабо прослеживается.	5-6
		Выводы сформулированы не верно, не аргументированы, позиция автора отсутствует.	0-4
7.	Подбор и использование литературы	Указаны наиболее актуальные публикации/исследования, размещенные в полнотекстовых базах, данных, в авторитетных изданиях. Ссылки указаны в тексте последовательно с номерами. Список использованной литературы пронумерован по мере упоминания в эссе и включает не менее 5 литературных источников за последние 5 лет.	9-10
		Указаны публикации/исследования, размещенные в полнотекстовых базах, данных из ограниченного числа источников. Ссылки в тексте указаны последовательно с номерами в количестве не менее 5 литературных источников, но из них только 3 - 4 за последние 5 лет.	7-8
		Указаны однотипные публикации/исследования, размещенные в открытом доступе в интернете. Практически не используются полнотекстовые базы данных, авторитетные издания. Большая часть источников не относится к теме реферата. Использовано не менее 5 литературных источников, из них только 1-2 за последние 5 лет. Ссылки в тексте не указаны.	5-6
		Практически не используются полнотекстовые базы данных, авторитетные издания. Большая часть источников не относится к теме проекта. Использовано не менее 5 литературных источников, из них нет источников за последние 5 лет. Ссылки в тексте не указаны.	0-4
8	Соответствие оформления эссе предъявляемым требованиям	Эссе выполнено аккуратно, представлено в формате А 4, шрифт Times New Roman, размер шрифта 14, поля сверху, справа, снизу по 2 см, слева 3 см. Количество страниц - от 2 до 5 печатных страниц (от 300 до 1000 слов). В эссе отражены все основные разделы: вводная часть - 10% от объема всей работы (осмысление предложенной темы, ее актуальность, выделение	9-10

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		26стр. из 36

			проблемы, формулирование идеи эссе); основное содержание - 80% (мысли автора эссе (тезис/тезисы), аргументация авторской позиции, авторская оценка темы и выбранной проблемы); заключение - 10% от объема всей работы (выводы и предложения); список использованной литературы.	
			Эссе выполнено аккуратно, но имеются некоторые технические недочеты в оформлении. В количестве страниц (либо букв) отмечаются незначительные отклонения. В эссе отражены все основные разделы, но имеются небольшие отклонения в пропорциях разделов.	7-8
			В эссе имеются технические недочеты в оформлении. В количестве страниц (либо букв) отмечаются значительные отклонения. В эссе отражены не все основные разделы.	5-6
			Эссе выполнено неаккуратно, имеются значительные технические недочеты в оформлении. В количестве страниц (либо букв) отмечаются существенные отклонения, отражены не все основные разделы, пропорции не соблюдаются.	0-4
	9.	Своевременное представление эссе и защита в срок	Эссе представлен в срок. Защита проводилась по графику.	9-10
			Эссе представлено с опозданием на 1 занятие. Защита проводилась вне графика.	7-8
			Эссе представлено с опозданием на 2 занятия. Защита проводилась вне графика.	5-6
			Эссе не представлено до рубежного контроля. Защита проводилась вне графика или не проводилась.	0-4
	10.	Творческий подход к работе, качество доклада	Продемонстрирован индивидуальный и творческий подход. Присутствует оригинальность (интересные сцепления, неожиданные повороты), новизна выводов. Уверенно и безошибочно на все заданные вопросы.	9-10
			Работа отличается творческим подходом, имеются нестандартные решения. При ответе на заданные вопросы допускает 1 непринципиальную ошибку, которую сам исправляет.	7-8
			Работа не отличается творческим подходом. При ответе на заданные вопросы допускает 1-2 принципиальные ошибки.	5-6
			Работа не отличается творческим подходом. Не способен ответить на вопросы, либо допускает грубые ошибки.	0-4
			Итого	0-100
4.Составление тестовых заданий				
№	Критерии	Описание	Баллы	
1	Соответствие тестовых заданий содержанию темы занятия	Тестовые задания полностью адекватны/валидны содержанию темы занятия. Для создания тестов использованы актуальные источники: учебная литература, законодательно-нормативные акты, справочный материал, доступные для использования.	9-10	
		Тестовые задания адекватны/валидны содержанию темы занятия. Для создания тестов использована актуальная учебная литература.	7-8	
		Тестовые задания не полностью адекватны/валидны содержанию темы занятия, встречаются тесты, задания которых составлены не по теме занятия. Для создания тестов использованы как актуальные, так и устаревшие источники.	5-6	
		Тестовые задания частично адекватны/валидны содержанию темы занятия, либо все задания составлены не по теме занятия. Для создания тестов использована устаревшая учебная литература, либо учебная литература других стран.	0-4	

ONŮTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		27стр. из 36

			различающаяся по ключевым вопросам.	
2	Глубина раскрытия темы	Тема раскрыта полностью, при защите обучающимся продемонстрированы глубокие знания, выходящие за рамки изучаемой программы. Использовались научные термины, свободное оперирование ими.		9-10
		Тема раскрыта, при защите продемонстрированы знания в рамках изучаемой программы. Недостаточно используются научные термины. Содержание охватывает все вопросы темы.		7-8
		Тема раскрыта частично. Не используются научные термины. Содержание не охватывает все вопросы темы.		5-6
		Тема не раскрыта. Содержание не охватывает все вопросы темы. Не используются научные термины.		0-4
3	Структура тестов	Работа включает не менее 10 тестовых заданий. Тесты содержат вопросы закрытого типа разного уровня сложности. В одном тестовом задании содержится одна задача одного уровня сложности, с одним правильным ответом. Все задания имеют пять вариантов ответов, один из которых является правильным и четыре неправильных. Тестовые задания не повторяются.		18-20
		Работа включает 7-8 тестовых заданий. Тесты содержат вопросы закрытого типа одного уровня сложности. Все задания имеют пять вариантов ответов, один из которых является правильным и четыре неправильных. Тестовые задания не повторяются.		14-17
		Работа включает 5-6 тестовых заданий. Тесты содержат вопросы закрытого типа одного уровня сложности. Задания включают разное количество вариантов ответов. Тестовые задания повторяются.		10-13
		Работа включает до 5 тестовых заданий. Тесты содержат вопросы закрытого типа одного уровня сложности. Задания включают разное количество вариантов ответов. Тестовые задания повторяются.		0-9
4	Качество составления тестов	Текст задания и ответов ясный и однозначный. Нет вариантов ответов типа «все ответы верны», «нет правильного ответа», «все, кроме», «не относится». Правильность вариантов ответов не вызывает сомнений. Дистракторы гомогенны, правдоподобны и примерно той же длины, что и правильный ответ. Все варианты ответов корректные, безгромоздких словесных конструкций и грамматически согласованы с основной частью задания. Задание содержит только одну законченную мысль. Соблюдается логическая форма высказывания, краткость и точность формулировок, без лишней детализации.		18-20
		Текст задания и ответов однозначный. Редко встречаются варианты ответов типа «все ответы верны», «нет правильного ответа», «все, кроме», «не относится». Правильность вариантов ответов не вызывает сомнений. Дистракторы гомогенны, правдоподобны и примерно той же длины, что и правильный ответ. Не все варианты ответов корректные и грамматически согласованы с основной частью задания. Задание содержит только одну законченную мысль. Соблюдается логическая форма высказывания. Встречаются тесты с детализацией формулировок, громоздкими словесными конструкциями.		14-17
		Текст задания и ответов не всегда однозначный. Встречаются варианты ответов типа «все ответы верны», «нет правильного ответа», «все, кроме», «не относится». Правильность вариантов ответов иногда вызывает сомнения. Дистракторы не все		10-13

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		28стр. из 36

		правдоподобны и различаются длиной с правильным ответом. Не все варианты ответов корректные и грамматически согласованы с основной частью задания. Не соблюдается логическая форма высказывания. Встречаются тесты с детализацией формулировок, громоздкими словесными конструкциями.	
		Текст задания и ответов не однозначный. Очень часто встречаются варианты ответов типа «все ответы верны», «нет правильного ответа», «все, кроме», «не относится». Правильность вариантов ответов вызывает сомнения. Дистракторы не все правдоподобны и различаются длиной с правильным ответом. Не все варианты ответов корректные и грамматически согласованы с основной частью задания. Не соблюдается логическая форма высказывания. Встречаются тесты с детализацией формулировок, громоздкими словесными конструкциями.	0-9
5.	Подбор литературы	Использовано не менее 5 литературных источников за последние 5 лет.	9-10
		Использовано не менее 5 литературных источников с глубиной охвата до 10 лет.	7-8
		Использовано менее 5 литературных источников десятилетней давности.	5-6
		Источники не указаны, либо использовано менее 5 литературных источников двадцатилетней давности.	0-4
6	Соответствие оформления тестов	Оформление включает титульный лист с указанием номера и названия темы, ФИО составителя и ФИО проверившего, не менее 10 тестовых вопросов с 5 дистракторами, список используемой литературы.	9-10
		Оформление включает титульный лист с указанием номера и названия темы, ФИО составителя и ФИО проверившего, 7-8 тестовых вопросов с 5 дистракторами, список используемой литературы.	7-8
		Оформление включает титульный лист с указанием номера и названия темы, ФИО составителя и ФИО проверившего, 7-8 тестовых вопросов, список используемой литературы. Количество дистракторов, варьирует.	5-6
		Есть недостатки в оформлении. Количество дистракторов варьирует.	0-4
7.	Своевременное представление тестов и защита в срок	Тесты представлены в срок. Защита проводилась по графику.	9-10
		Тесты представлены с опозданием на 1 занятие. Защита тестов проводилась вне графика.	7-8
		Тесты представлены с опозданием на 2 занятия. Защита тестов проводилась вне графика.	5-6
		Тесты не представлены до рубежного контроля. Защита тестов проводилась вне графика или не проводилась.	0-4
8.	Творческий подход к работе	Работа отличается творческим подходом (тесты представлены в бумажном/электронном виде, в игровой форме), оригинальным решением ситуации. Излагает материал четко, ясно, логично, грамотно, убедительно, владеет профессиональной речью. Уверенно и безошибочно отвечает на все заданные вопросы.	9-10
		Работа отличается творческим подходом. При ответе на заданные вопросы допускает 1 непринципиальную ошибку, которую сам исправляет.	7-8
		Работа не отличается творческим подходом. При ответе на	5-6

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		29стр. из 36

		заданные вопросы допускает 1-2 принципиальные ошибки.	
		Работа не отличается творческим подходом. Не способен ответить на вопросы, либо допускает грубые ошибки.	0-4
		Итого	0-100
5. Case study (разработка и решение кейса)			
№	Критерии	Описание	Баллы
1	Соответствие кейсов содержанию темы занятия	Кейсы полностью адекватны/валидны содержанию темы занятия. Для создания задач использованы актуальные источники: учебная литература, научные публикации, законодательно-нормативные акты, справочный материал.	9-10
		Кейсы адекватны/валидны содержанию темы занятия. Для создания задач использована актуальная учебная литература.	7-8
		Кейсы не полностью адекватны/валидны содержанию темы занятия, встречаются задачи, составлены не по теме занятия. Для создания задач использованы как актуальные, так и устаревшие источники.	5-6
		Кейсы частично адекватны/валидны содержанию темы занятия, либо все составлены не по теме занятия. Для создания задач использованы устаревшие источники, либо законодательство других стран.	0-4
2	Информация, глубина раскрытия темы	Подобрана необходимая и интересная информация. Тема раскрыта полностью. Обучающимся продемонстрированы глубокие знания, выходящие за рамки изучаемой программы.	9-10
		Подобрана необходимая информация. Тема раскрыта, при защите продемонстрированы знания в рамках изучаемой программы.	7-8
		Информации подобрано недостаточно. Тема раскрыта частично, при защите продемонстрированы слабые знания в рамках изучаемой программы.	5-6
		Тема не раскрыта. Обучающийся плохо ориентируется в вопросах темы занятия. Либо Кейсы не выполнены.	0-4
3	Фабула, история	Самостоятельно составляет кейс, за основу которой берет реальные, интересные, из практической деятельности ситуации.	9-10
		Самостоятельно составляет кейс, за основу которой берет реальные ситуации, но малозначимые.	7-8
		Самостоятельно составляет кейс, за основу которой берет ситуации, связанные с рутинной работой, не предполагающие оригинального решения.	5-6
		С трудом составляет кейс, за основу которой берет ситуации, связанные с рутинной работой, не интересные, или не способен создать ситуацию.	0-4
4	Выделение основных проблем	Обучающийся показывает глубокое знание материала, выделяет основные проблемы, дает им критическую оценку.	9-10
		Обучающийся показывает знание материала; выделяет не все проблемы, которые характеризует и оценивает.	7-8
		Обучающийся показывает слабое знание материала, затрудняется в выделении проблем, но участвует в их обсуждении.	5-6
		Обучающийся плохо ориентируется в теме занятия, не	0-4

O'NTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		30стр. из 36

			способен сформулировать проблему.	
5	Формулировка вопросов	Вопросы сформулированы корректно, грамотно, логично, включают все ключевые проблемы, описанные в кейсе. Постановка вопросов дает возможность принятия решений, предполагая их многовариантность и неоднозначность.		9-10
		Вопросы сформулированы грамотно, включают не все ключевые проблемы, описанные в кейсе. Постановка вопросов предполагает однозначное их решение.		7-8
		Вопросы сформулированы с ошибками, включают не все ключевые проблемы, описанные в кейсе. Постановка вопросов предполагает однозначное их решение.		5-6
		В формулировке вопросов имеются грубые ошибки. Вопросы отражают несущественную проблему, либо обучающийся затрудняется сформулировать вопрос.		0-4
6.	Решение кейсов	Обучающийся правильно оценивает ситуацию, предлагает наиболее оптимальные пути решения проблем, представленных в кейсе, убедительно аргументирует свое решение.		18-20
		Обучающийся оценивает ситуацию, предлагает свои пути решения проблем, представленных в кейсе, частично аргументирует свое решение.		14-17
		Обучающийся допускает ошибки в оценке ситуации, предлагает свои пути решения проблем, частично аргументирует свое решение.		10-13
		Обучающийся допускает грубые ошибки в оценке ситуации, предлагает свои пути решения проблем, не аргументирует свое решение, либо затрудняется в решении.		0-9
7	Подбор литературы, оформление, объем задач.	Использовано не менее 5 литературных источников за последние 5 лет. Кейсы оформлены титульным листом, с указанием темы, ФИО выполнившего и проверившего, лист с условием и вопросами кейса, если необходимо, то с таблицами, графиками, диаграммами. Обучающийся указывает свое решение, список использованной литературы.		9-10
		Использовано не менее 5 литературных источников (менее 5 за последние 5 лет). Кейсы оформлены титульным листом, с указанием темы, ФИО выполнившего и проверившего, лист с условием и вопросами кейсов. Обучающийся указал свое решение, список использованной литературы.		7-8
		Использовано менее 5 литературных источников сроком издания более 5 лет. Кейсы оформлены титульным листом, с указанием темы, ФИО выполнившего и проверившего, лист с условием и вопросами ситуационной задачи. Обучающийся указал свое решение, список использованной литературы.		5-6
		Источники литературы не указаны, либо указано менее 5 литературных источников сроком издания более 5 лет. Нет титульного листа, либо есть, но на нем не указана тема занятия. Обучающийся указал неверное решение, либо решение отсутствует.		0-4
8.	Своевременное представление кейсов и	Кейсы представлены в срок. Защита проводилась по графику.		9-10

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		31стр. из 36

	защита в срок	Кейсыпредставлены с опозданием на 1 занятие. Защита задач проводилась вне графика.	7-8
		Кейсыпредставлены с опозданием на 2 занятия. Защита задач проводилась вне графика.	5-6
		Кейсы не представлены до рубежного контроля. Защита задач проводилась вне графика или не проводилась.	0-4
9.	Творческий подход к работе	Работа отличается творческим подходом (задачи представлены в бумажном/электронном виде, в игровой форме). Обучающийся излагает материал четко, ясно, логично, грамотно, владеет профессиональной речью. Уверенно и безошибочно отвечает на все заданные вопросы. Использует критическое мышление, предлагает оригинальное и оптимальное решение, которое убедительно аргументирует.	9-10
		Работа отличается творческим подходом (задачи представлены в бумажном/электронном виде, в игровой форме). Обучающийся излагает материал ясно, владеет профессиональной речью. При ответе на заданные вопросы допускает 1 не принципиальную ошибку, которую сам исправляет. Предлагает свое решение, которое аргументирует.	7-8
		Работа не отличается творческим подходом. При ответе на заданные вопросы допускает 1-2 принципиальные ошибки. Предлагает свое решение, которое не аргументирует.	5-6
		Работа не отличается творческим подходом. Не способен ответить на вопросы, либо допускает грубые ошибки.	0-4
		Итого	

Чек-лист для промежуточной аттестации

10.2.8	Рубежный контроль: коллоквиум			
	№	Критерии	Описание	Баллы
	1	Полнота и глубина устного ответа	Вопрос раскрыт полностью. Обучающимся продемонстрированы глубокие знания, выходящие за рамки изучаемой программы. Обучающийся выделяет основные проблемы, дает им критическую оценку.	45-50
			Вопрос раскрыт. Обучающимся продемонстрированы знания в рамках изучаемой программы. Обучающийся выделяет основные проблемы, дает им оценку.	35-44
			Вопрос раскрыт не полностью. Обучающимся продемонстрированы слабые знания в рамках изучаемой программы.	25-34
			Вопрос раскрыт частично или не раскрыт. Обучающимся продемонстрированы очень слабые знания в рамках изучаемой программы.	0-24
	2.	Точность и обоснованность ответа	Обучающийся правильно оценивает ситуацию, анализирует все аспекты, отвечает на поставленный вопрос обоснованно и точно. Убедительно аргументирует свой ответ, ссылаясь на учебную и научную литературу, нормативно-правовые акты.	45-50
			Обучающийся правильно оценивает ситуацию, отвечает на поставленный вопрос обоснованно, аргументирует свой ответ, ссылаясь на учебную и научную литературу, нормативно-правовые акты. Но допускает неточности.	35-44
			Обучающийся затрудняется в оценке ситуации, отвечает на	25-34

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		32стр. из 36

		поставленный вопрос, допуская принципиальные ошибки и не аргументирует свое решение.	
		Обучающийся затрудняется в оценке ситуации и формулировке ответов. На поставленные вопросы отвечает, допуская грубые ошибки. Не аргументирует свое решение.	0-24
Итого			0-100

Многобальная система оценка знаний

Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент баллов	Процентное содержание	Оценка по традиционной системе
A	4,0	95-100	Отлично
A -	3,67	90-94	
B +	3,33	85-89	
B	3,0	80-84	Хорошо
B -	2,67	75-79	
C +	2,33	70-74	
C	2,0	65-69	Удовлетворительно
C -	1,67	60-64	
D+	1,33	55-59	
D-	1,0	50-54	Неудовлетворительно
FX	0,5	25-49	
F	0	0-24	

11. Учебные ресурсы

Электронные ресурсы, включая, но не ограничиваясь ими: базы данных, анимации симуляторы, профессиональные блоги, веб-сайты, другие электронные справочные материалы (например, видео, аудио, дайджесты)	1. Электронная библиотека ЮКМА - https://e-lib.skma.edu.kz/genres 2. Республиканская межвузовская электронная библиотека (РМЭБ) – http://rmebrk.kz/ 3. Цифровая библиотека «Акнурпресс» - https://www.aknurpress.kz/ 4. Электронная библиотека «Эпиграф» - http://www.elib.kz/ 5. Эпиграф - портал мультимедийных учебников https://mbook.kz/ru/index/ 6. ЭБС IPR SMART https://www.iprbookshop.ru/auth 7. информационно-правовая система «Заң» - https://zan.kz/ru 8. Medline Ultimate EBSCO 9. eBook Medical Collection EBSCO 10. Scopus - https://www.scopus.com/
Электронные учебники	1. Шертаева, К. Д., Мамытбаева К.Ж. Фармацевтикалық маркетинг [Электронный ресурс]: оқулық / ҚР ДС ӘДМ. ОҚМФА. - Электрон. текстовые дан. - Шымкент: [б. и.], 2016. - эл. опт. диск (CD-ROM) (1.17Мб). 2. Шертаева К. Д., Утегенова Г.И. Организация фармацевтической деятельности: [Электронный ресурс]: учебник. - Шымкент : [б. и.], 2021. - 175б. эл. опт. диск (CD-ROM) 3. Кодекс Республики Казахстан от 7 июля 2020 года № 360-VI «О здоровье народа и системе здравоохранения» (с изменениями и дополнениями). Гл. 2, ст. 10; гл. 5, параграф 3; гл. 27,28; БД «Закон» https://zan.kz 4. Шопабоева А.Р. Фармакоэкономика. Оқу құралы. 2019 https://aknurpress.kz/reader/web/1374

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		33стр. из 36

	5. Тулемисов С.К., Жакипбеков К.С. Основные аспекты проектного менеджмента при создании фармацевтического производства готовых лекарственных форм. Монография. 2017 https://aknurpress.kz/reader/web/1562 6. Петрова, Н. Г. Основы медицинского менеджмента и маркетинга : учебное пособие / Н. Г. Петрова, И. В. Додонова, С. Г. Погосян. — Санкт-Петербург : Фолиант, 2018. — 352 с.: https://www.iprbookshop.ru/90229.html 7. Маркетинговый анализ медицинских изделий и парафармацевтической продукции : учебное пособие / составители Ж. В. Мироненкова [и др.]. — Москва : Издательство «Перо», 2023. — 95 с.: https://www.iprbookshop.ru/137690 8. Мусина Н.С., Сыздыкова К.Ш., Тулебаев Ж.С., Маукенова А.А. Экономика и маркетинг в фармации. Учебное пособие. 2017 https://aknurpress.kz/reader/web/1857 9. Рыскулова А.Р., Мусина Н.С., Сыздыкова К.Ш., т.б. Фармациядағы экономика және маркетинг. Оқу құралы. 2017 https://aknurpress.kz/reader/web/2987 10. Денсаулық сақтауды басқару этикасы: Оқ-әдістемелік кешен/ Рыманов Д.М. – Алматы: Эверо, 2020. – https://elib.kz/ru/search/read_book/175/
Специальные программы	IBM SPSS Statistics: https://www.ibm.com/ru-ru/products/spssstatistics
Журналы (электронные журналы)	1. Научный информационно-аналитический журнал «Фармация Казахстана» http://pharmkaz.kz/glavnaya/ob-izdani/ 2. Научно-практический рецензируемый журнал «Фармация и фармакология» https://www.pharmpharm.ru/jour/index 3. Научно-практический журнал «Фармация» https://pharmaciayajournal.ru/ 4. Ежемесячный научно-технический и производственный журнал «Химико-фармацевтический журнал» http://chem.folium.ru/index.php/chem/about
Литература	Основная: 1. Фармацевтический маркетинг : учебник / под ред.: И. А. Наркевича, О. Д. Немятых. - М. : ГЭОТАР - Медиа, 2023. - 624 с. 2. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга: Учеб. "Sky Systems" 2021 3. Управление и экономика фармации: учебник/под ред. И.А. Наркевича. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. – 928 с. 4. Арыстанов, Ж. М. Менеджмент и маркетинг в фармации: учебное пособие / Ж. М. Арыстанов, А. Т. Токсеитова. - Алматы: Эверо, 2016. – 532 с. 5. Шертаева, К. Д., Мамытбаева К.Ж. Фармацевтикалық маркетинг: оқулық / ҚР ДС ӘДМ. ОҚМФА. - Шымкент : [б. и.], 2016. - 152 б. с. 6. Medical and pharmaceutical merchandising: textbook / K. D. Shertayeva [et.al.]. -, 2022. Дополнительная: 1. Арыстанов, Ж. М. Фармация саласындағы менеджмент негіздері: практикум / Ж. М. Арыстанов. - Алматы : Newbook, 2022. - 160 бет 2. Шертаева К. Д. Концепция маркетинговых исследований в фармации : лекционный комплекс / К. Д. Шертаева, С. К. Джабаркулова, А. Д. Орынбаева. - [б. м.] : ЮКМА, 2025. - 81 с. 3. Шертаева К. Д., Джабаркулова С.Д., Орынбаева А.Д. Фармациядағы маркетингтік зерттеулер тұжырымдамасы : дәрістер кешені- . - [б.

OŃTÚSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		34стр. из 36

	м.] : ОКМА, 2025. - 78 б.
--	---------------------------

12.	Политика дисциплины
------------	----------------------------

Требования, предъявляемые к обучающимся:

- не пропускать занятия без уважительной причины;
- не опаздывать на занятия;
- иметь опрятный внешний вид;
- содержать рабочее место в чистоте;
- придерживаться общепринятой в вузе специальной формы;
- на практических занятиях проявлять активность;
- быть подготовленными на занятиях;
- уметь работать в команде;
- своевременно выполнять и уметь защищать задания по СРО;
- во время занятия поддерживать доброжелательную атмосферу;
- выполнять задания согласно расписания практических занятий и занятий СРОП;
- соблюдать технику безопасности в аудитории и бережно относиться к имуществу кафедры

Штрафные меры: Штрафной балл за пропуск 1 занятия СРОП составляет 2 балла (пропуски занятий СРОП в виде штрафных баллов отнимаются из оценок СРО). За опоздание, некорректное поведение во время занятия, порчу имущества кафедры, пользование сотовым телефоном на занятии снимается 1 балл. За несвоевременную защиту СРО снимается 20% от полученной оценки, в случае сдачи СРО на неделях РК снимается 50%. Обучающийся, не набравший проходной балл (50%) по одному из видов контролей (текущий контроль, рубежный контроль №1 и/или №2) не допускается к экзамену по дисциплине.

Все виды письменных работ обучающихся проходят проверку на предмет плагиата (реферат, эссе, составление тестовых заданий).

Поощрительные меры: За активное участие в учебном процессе (участие в олимпиадах, научно-исследовательской работе, выступления на конференциях) добавляется 5 баллов к оценке рубежного контроля по дисциплине.

Обучающийся, не явившийся на рубежный контроль без уважительной причины, не допускается к сдаче экзамена по дисциплине.

13.	Академическая политика, основанная на моральных и этических ценностях академии
------------	---

1 Сайт ЮКМА <https://ukma.kz/>

Миссия

Быть признанным лидером в сфере подготовки конкурентоспособных кадров!

Видение

Эффективная система медицинского и фармацевтического образования, основанная на компетентностном подходе и потребностях практического здравоохранения и фармацевтической отрасли, ориентированная на подготовку специалистов, соответствующих международным стандартам качества и безопасности.

Базовые этические принципы, на которые опирается ЮКМА для реализации своей миссии:

Принцип высокого профессионализма ППС ЮКМА – это постоянное совершенствование своих знаний и умений, обеспечивающее предоставление качественных образовательных услуг обучающимся по всем уровням подготовки.

OŃTŪSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		35стр. из 36

	Принцип качества в ЮКМА – это реализация концепции модернизации казахстанского образования, основным направлением которой является обеспечение современного качества обучения на основе сохранения его фундаментальности и соответствия актуальным и перспективным потребностям личности, общества и государства, что обеспечивается использованием в учебном процессе, научно-исследовательской деятельности и консультативно-диагностической работе инновационных технологий и новых достижений науки и практики. Принцип ориентированности обучения – это осуществление магистрантцентрированного учебного процесса по гибким траекториям образовательных программ, с учетом быстро меняющихся экономических условий и современных тенденций на рынке труда, создание обучающимся максимально эффективных условий для их профессионального роста, развития мотивации и мониторинга результатов обучения, непрерывного обновления образовательных программ, расширения объема знаний и компетенций, необходимых для эффективной профессиональной деятельности.
2	Академическая политика АО ЮКМА. П. 4 Кодекс чести обучающегося <u>Академическая-политика-АО-ЮКМА-1.pdf (ukgfa.kz)</u>
3	Политика выставления оценок по дисциплине Итоговая оценка (ИО) обучающегося по завершению курса складывается из суммы оценки рейтинга допуска (ОРД) и оценки итогового контроля (ОИК) и выставляется согласно балльно-рейтинговой буквенной системе. ИО = ОРД + ОИК Оценка рейтинга допуска (ОРД) равна 60 баллам или 60% и включает: оценку текущего контроля (ОТК) и оценку рубежного контроля (ОРК). Оценка текущего контроля (ОТК) представляет собой среднюю оценку за практические занятия и СРО. Оценка рубежного контроля (ОРК) представляет собой среднюю оценку двух рубежных контролей. Оценка рейтинга допуска (60 баллов) высчитывается по формуле: $ОРК_{ср} \times 0,2 + ОТК_{ср} \times 0,4$ Итоговой контроль (ИК) проводится в форме тестирования и обучающийся может получить 40 баллов или 40% общей оценки. При тестировании обучающемуся предлагается 50 вопросов. Расчет итогового контроля производится следующим образом: если обучающийся ответил правильно на 45 вопросов из 50, то это составит 90 %. $90 \times 0,4 = 36$ баллов. Итоговая оценка подсчитывается в случае, если обучающийся имеет положительные оценки как по рейтингу допуска (РД) =30 баллов или 30% и более, так и по итоговому контролю (ИК)=20 баллов или 20% и более. Итоговая оценка (100 баллов) = $ОРК_{ср} \times 0,2 + ОТК_{ср} \times 0,4 + ИК \times 0,4$ обучающийся, получивший неудовлетворительную оценку за один из видов контролей (РК₁, РК₂, ТК_{ср}) к экзамену не допускается. Штрафные баллы отнимаются от средней оценки текущего контроля.

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Сyllabus) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		36стр. из 36

14. Согласование, утверждение и пересмотр			
Дата согласования с Библиотечно-информационным центром	Протокол № <u>7</u> 25.06.25	Руководитель БИЦ Дарбичева Р.И.	Подпись 
Дата утверждения на кафедре	Протокол № <u>24</u> 26.05.2025	Зав.кафедрой Шертаева К.Д. - д.фарм.н., профессор	Подпись 
Дата одобрения на АК ОП «Фармация» по уровням магистратуры и доткорантуры	Протокол № <u>12</u> 27.06.2025	Председатель, к.фарм.н., и.о. проф., Орынбасарова К.К.	Подпись 

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40/11-2025
Рабочая учебная программа дисциплины (Силлабус) «Концепция маркетинговых исследований в фармации»		37 стр. из 36