



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1.	UNIVERSITATEA DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE “CAROL DAVILA”
1.2.	FACULTATEA DE FARMACIE / DEPARTAMENTUL II ȘTIINȚE DE PROFIL (de specialitate)
1.3.	DISCIPLINA: MANAGEMENT, MARKETING FARMACEUTIC
1.4.	DOMENIUL DE STUDII: SĂNĂTATE -Reglementat sectorial în UE
1.5.	CICLUL DE STUDII: LICENȚĂ
1.6.	PROGRAMUL DE STUDII: FARMACIE

2. Date despre disciplină

2.1.	Denumirea disciplinei MARKETING ȘI LEGISLAȚIE FARMACEUTICĂ						
2.2.	Titularul activităților de curs Prof. Dr. VALENTINA SOROCEANU, Prof. Dr. ADRIANA ELENA TĂEREL						
2.3.	Titularul activităților de seminar: Prof. Dr. VALENTINA SOROCEANU, Prof. Dr. ADRIANA ELENA TĂEREL, Conf. Dr. CRISTINA RAIS, Șef Lucr. Dr. EMILIA STANCU						
2.4. Anul de studiu	V	2.5. Semestrul	IX	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DO

3. Timpul total estimat (ore/semestru de activitate didactică)

3.1. Nr ore pe săptămână	4	din care : 3.2. curs	2	3.3. seminar/ laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care : 3.5. curs	28	3.6. seminar/ laborator	28
Distributia fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					-
3.7. Total ore de studiu individual					44
3.8. Total ore pe semestru					100
3.9. Numărul de credite					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu e cazul
4.2. de competențe	Nu e cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Nu e cazul
5.2. de desfășurare a seminarului / laboratorului	Nu e cazul

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale (exprimate prin cunoștințe și abilități)	<p>C2. Depozitarea, conservarea, distribuția medicamentelor, suplimentelor alimentare, cosmeticelor și a altor produse pentru sănătate.</p> <p>C2.1 Definirea și descrierea factorilor care influențează calitatea și cadrul legislativ pentru depozitarea și distribuția medicamentelor, suplimentelor alimentare, cosmeticelor și a altor produse pentru sănătate.</p> <p>C2.2 Analiza și interpretarea factorilor care influențează calitatea și cadrul legislativ care asigură calitatea medicamentelor, suplimentelor alimentare, cosmeticelor și a altor produse pentru sănătate.</p> <p>C2.3 Identificarea și stabilirea condițiilor optime de conservare, conceperea și aplicarea procedurilor de asigurare a calității în depozitarea și distribuția medicamentelor, suplimentelor alimentare, cosmeticelor și a altor produse pentru sănătate.</p> <p>C2.4 Implementarea și respectarea Regulilor de Bună Practică de Distribuție în conformitate cu standardele internaționale.</p> <p>C2.5 Elaborarea de standarde și proceduri complexe pentru asigurarea calității în depozitarea, conservarea și distribuția medicamentelor, suplimentelor alimentare, cosmeticelor și a altor produse pentru sănătate.</p> <p>C3. Eliberarea medicamentelor, suplimentelor alimentare, cosmeticelor și a altor produse pentru sănătate și asistența farmaceutică</p> <p>C3.1 Definirea și descrierea medicamentelor, suplimentelor alimentare, cosmeticelor și a altor produse pentru sănătate sub aspect farmacocinetic, farmacologic și farmacoterapic în activitatea de asistență farmaceutică a populației.</p> <p>C3.2 Interpretarea principiilor de asistență farmaceutică în baza proprietăților farmacologice și a criteriilor legale în asigurarea calității privind activitatea de eliberare a medicamentelor, suplimentelor alimentare, cosmeticelor și a altor produse pentru sănătate.</p> <p>C3.3 Identificarea și eliberarea medicamentelor, suplimentelor alimentare, cosmeticelor și a altor produse pentru sănătate; realizarea asistenței farmaceutice și a activității de farmacovigilență.</p> <p>C3.4 Respectarea Regulilor de Bună Practică Farmaceutică, a eticii și deontologiei profesionale.</p> <p>C3.5 Elaborarea de proiecte de cercetare privind medicamentele, suplimentele alimentare, cosmeticele și alte produse pentru sănătate, noi abordări, metode și tehnici cu aplicabilitate în asistența farmaceutică.</p> <p>C5. Managementul, marketingul și administrația în domeniul sănătății</p> <p>C5.1 Definirea și descrierea conceptelor, teoriilor și metodelor de management, marketing și administrație sanitară coroborate cu legislația în vigoare.</p> <p>C5.2 Analiza și interpretarea principiilor și metodelor de management, marketing și administrație, pentru stabilirea condițiilor necesare gestionării optime a resurselor în sistemul sanitar.</p> <p>C5.3 Aplicarea principiilor și metodelor de management, marketing și administrație sanitară în scopul alcătuirii documentației specifice necesare înființării, organizării și conducerii unităților farmaceutice, precum și pentru managementul eficient al altor instituții din domeniul sănătății.</p>
---	--

	<p>C5.4 Respectarea standardelor stabilite prin regulile de bună practică specifice unității farmaceutice sau instituției sanitare și prin codul deontologic, pentru evaluarea calității în activitatea de management, marketing și administrație sanitară.</p> <p>C5.5 Elaborarea de proiecte de texte reglementare, proiecte manageriale și de marketing pentru domeniul farmaceutic și sanitar. C5.1 Definierea și descrierea conceptelor, teoriilor și metodelor de management, marketing și administrație sanitară coroborate cu legislația în vigoare.</p> <p>C6. Consultanța și expertiza în domeniul medicamentelor, suplimentelor alimentare, cosmeticelor și a altor produse pentru sănătate</p> <p>C6.1 Descrierea conceptelor, teoriilor, metodelor și legislației specifice medicamentelor, suplimentelor alimentare, cosmeticelor și a altor produse pentru sănătate.</p> <p>C6.2 Analiza și interpretarea cunoștințelor de specialitate în scopul dezvoltării și inovării proceselor și eficientizării activităților care au ca obiect medicamentele, suplimentele alimentare, cosmeticele și alte produse pentru sănătate.</p> <p>C6.3 Identificarea și proiectarea de noi strategii de dezvoltare în domeniul farmaceutic/sanitar.</p> <p>C6.4 Respectarea și aplicarea standardelor specifice activităților care au ca obiect medicamentele, suplimentele alimentare, cosmeticele și alte produse pentru sănătate.</p> <p>C6.5 Elaborarea de proiecte de cercetare și dezvoltare privind standardele și metodele care inovează procesele și eficientizează activitățile din domeniul farmaceutic/sanitar.</p>
Competențe transversale (de rol, de dezvoltare profesională, personale)	<p>1. Executarea responsabilă a sarcinilor profesionale, în condiții de autonomie restransă și asistență calificată</p> <p>CT1. Identificarea obiectivelor de realizat, a resurselor disponibile, condițiilor de finalizare a acestora, etapelor de lucru, timpilor de lucru, termenelor de realizare aferente și riscurilor aferente</p> <p>2. Familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice</p> <p>CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă pluridisciplinară și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</p>

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general	- Aplicarea marketingului general în domeniul farmaceutic,
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> - Însușirea de către studenți a unui minim de cunoștințe privind marketingul general, - Cunoașterea conținutului disciplinei de marketing în domeniul farmaceutic și termeni specifici, - Cunoașterea particularităților marketingului farmaceutic comparativ cu marketingul bunurilor de larg consum, - Însușirea prevederilor legislației și a prevederilor regulilor de bună practică în producția și distribuția medicamentelor; aprovizionarea unităților farmaceutice, - Informarea studenților asupra cadrului legislativ privind proprietatea intelectuală.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
<p>1. MARKETING-MANAGEMENT - ȘTIINȚA A CERCETĂRII NEVOILOR CONSUMATORILOR ȘI SATISFACERII ACESTOR NEVOI</p> <p>1.1. Marketing - management. 1.2. Conceptul de marketing. Definiții. Funcții. Caracteristici. 1.3. Etape în evoluția marketingului. 1.4. Obiective generale ale marketingului. 1.5. Domeniile aplicării marketingului. Criterii de specializare a marketingului. 1.6. Marketing social. 1.7. Organisme de marketing la nivel național și internațional. 1.8. Mediul de marketing al firmei 8.1. Micromediul organizației 8.2. Macromediul organizației.</p>	<p>Prezentare orală, asistată PC Prelegere participativă</p>	<p>2 ore</p>
<p>2. MANAGEMENTUL MARKETINGULUI -</p> <p>2.1. Conceptele fundamentale ale marketingului 2.1.1. Definiția conceptului și importanța sa pentru organizație sau societate 2.1.2. Produsul și produsele noi 2.1.3. Gestionarea procesului de marketing 2.1.4. Misiunea organizației 2.2. Analiza oportunității pieței 2.3. Funcțiile marketingului 2.4. Marketingul societal 2.5. Poziția firmei în raport cu piața</p>	<p>Prezentare orală, asistată PC Prelegere participativă</p>	<p>1 oră</p>
<p>3. MARKETING FARMACEUTIC</p> <p>3.1. Principii ale marketingului farmaceutic 3.2. Servicii de sănătate orientate spre consumator 3.3. Criterii de clasificare a serviciilor farmaceutice 3.4. Marketing mix. Componentele mixului de marketing (cei Patru P) 3.5. Companii orientate spre piață 3.5.1. Concepte 3.5.1.1. Conceptul de producție 3.5.1.2. Conceptul de produs 3.5.1.3. Conceptul de vânzare 3.5.1.4. Conceptul de marketing 3.5.1.5. Companiile-țintă 3.5.1.6. Marketing integrat 3.5.1.7. Profitabilitatea 3.5.1.8. Conceptul de marketing societal</p>	<p>Prezentare orală, asistată PC Prelegere participativă</p>	<p>2 ore</p>
<p>4. POLITICA DE PRODUS</p> <p>4.1. Gama de produse. Dimensiunile gamei 4.2. Caracteristici și servicii asociate produselor medicamentoase 4.2.1. Aspectul produselor medicamentoase 4.2.2. Valoarea produsului și analiza valorii 4.2.3. Ambalarea. Informațiile care însoțesc medicamentul 4.2.4. Marca (Brand-ul) produselor farmaceutice 4.2.5. Calitatea medicamentelor. Garanția calității 4.2.5.1. Scurt istoric al înființării ANMDM 4.2.5.2. Organizarea ANMDM 4.3. Autorizarea medicamentelor 4.3.1. Procedura națională de autorizare a medicamentelor 4.3.2.</p>	<p>Prezentare orală, asistată PC Prelegere participativă</p>	<p>2 ore</p>

<p>Medicamente autorizate prin proceduri simplificate 4.3.3. Procedura centralizată de autorizare a medicamentelor 4.3.4. Procedura de autorizare prin Recunoaștere Mutuală 4.3.5. Procedura Descentralizată de autorizare a medicamentelor. 4.3.6. Alte forme de autorizare a medicamentelor 4.4. Retrageri și returnări</p>		
<p>5. POLITICA DE PREȚ 5.1. Concepte și instrumente de marketing 5.2. Cerințe ale politicii de preț 5.3. Obiectivele politicii de prețuri 5.4. Funcțiile prețului 5.5. Criterii de clasificare a prețurilor 5.6. Metodologia de calcul pentru stabilirea prețurilor la medicamente 5.6.2. Politica farmaceutică privind prețul produselor și nevoile sănătății publice în economia de piață 5.6.3. Strategii de preț 5.6.4. Legislație - Politica de preț pentru medicamente în România</p> <p>6. POLITICA DE DISTRIBUȚIE 6.1. Legislație 6.2. Funcțiile distribuției 6.3. Canale de distribuție 6.3.1. Componentele canalelor de distribuție 6.3.2. Dimensiunile canalelor de distribuție 6.3.3. Funcțiile canalului de distribuție 6.4. Autorizarea distribuției de medicamente 6.4.1. Autorizația de distribuție angro a medicamentelor de uz uman 6.5. Principiile Managementului calității pentru distribuția angro 6.5.1. Personalul 6.5.2. Politica de distribuție 6.5.3. Strategii de distribuție 6.5.4. Documentația - Principiu 6.6. Dispoziții specifice pentru brokeri 6.6.1. Principii 6.6.2. Documente</p> <p>7. POLITICA DE PROMOVARE 7.1. Promovarea vânzărilor 7.2. Publicitatea 7.2.1. Publicitatea medicamentelor 7.2.2. Publicitatea destinată profesioniștilor în domeniul Sănătății 7.2.3. Publicitatea destinată publicului larg 7.2.4. Supravegherea publicității pentru medicamente 7.3. Forța de vânzare 7.4. Relațiile publice 7.5. Promovarea directă 7.6. Strategii promoționale</p> <p>8. MANAGEMENTUL APROVIZIONĂRII 8.1. Aprovizionarea cu medicamente 8.1.1. Concept 8.1.2. Funcțiile procesului aprovizionării 8.2. Sistemului logistic al aprovizionării cu medicamente 8.3. Fazele procesului de aprovizionare cu medicamente</p>	<p>Prezentare orală, asistată PC Prelegere participativă</p>	
	<p>Prezentare orală, asistată PC Prelegere participativă</p>	<p>6 ore</p>

<p>8.3.1. Faza de selecție 8.3.2. Faza de procurare 8.3.3. Faza de distribuție 8.3.4. Faza de folosire (utilizare) a medicamentelor 8.4. Reglementări utile în procesul de aprovizionare în România</p> <p>9. SERVICII FARMACEUTICE ȘI DISPOZITIVE MEDICALE</p> <p>9.1. Managementul serviciilor farmaceutice 9.2. Calitatea serviciilor farmaceutice 9.3. Prețul serviciilor farmaceutice 9.4. Reglementări ale Comisiei Europene privind Dispozitivele Medicale 9.5. Persoana responsabilă de operațiunile cu dispozitive medicale 9.6. Informații care trebuie să apară pe eticheta dispozitivelor medicale 9.7. Informații referitoare la evaluarea clinică a dispozitivelor medicale 9.8. Grupul MDCG 9.9. Criterii de clasificare a dispozitivelor medicale 9.10. Autorizarea dispozitivelor medicale în România 9.11. Supravegherea utilizării dispozitivelor medicale 9.12. Sancțiuni</p>	<p>Prezentare orală, asistată PC Prelegere participativă</p>	<p>2 ore</p>
<p>10. FARMACOVIGILENȚA</p> <p>10.1. Aspecte introductive: definiție, scop, obiective 10.2. Legislația europeană și națională care reglementează activitatea de farmacovigilență 10.3. Definierea termenilor specifici 10.4. Principii de bună practică de farmacovigilență, ce și cum raportăm 10.5. Autorități competente – implicate în activitatea de farmacovigilență</p> <p>11. STUPEFIANTE ȘI PSIHOTROPE</p> <p>11.1. Scurtă incursiune în istoria cunoașterii drogurilor 11.2. Criterii de clasificare a stupefiantelor 11.3. Reglementări privind activitatea cu plante, substanțe și preparate stupefiante și psihotrope actuale în România</p>	<p>Prezentare orală, asistată PC Prelegere participativă</p>	<p>4 ore</p>
<p>12. CONSUMUL ȘI TRAFICUL ILICIT DE DROGURI</p> <p>12.1. Reglementări legislative privind drogurile 12.2. Reglementări legislative privind activitatea cu precursori</p> <p>13. SUPRAVEGHEREA ȘI CONTROLUL ACTIVITĂȚII FARMACEUTICE ÎN ROMÂNIA</p> <p>13.1. Inspecția farmaceutică 13.2. Răspunderi și sancțiuni</p> <p>14. PROTECȚIA INVENȚIILOR ÎN ROMÂNIA</p> <p>14.1. Cadrul legislativ și organizatoric 14.2. Cererea și brevetul de invenție. Invenția brevetabilă 14.3. Depozitul reglementar al cererii de brevet de invenție. 14.4. Drepturi și obligații. Transmiterea drepturilor. Apărarea drepturilor privind invențiile 14.5. Atribuțiile Oficiului de Stat pentru Invenții și Mărci 14.6. Secretul de stat privind invențiile și inovațiile 14.7. Alte prevederi legale privind protecția invențiilor în România</p> <p>15. PROTECȚIA OPERELOR ORIGINALE. DREPTUL DE AUTOR ȘI DREPTURILE CONEXE</p>	<p>Prezentare orală, asistată PC Prelegere participativă</p>	<p>2 ore</p>

15.1 Cadrul Legislativ 15.2. Subiectul și Obiectul dreptului de autor 15.3. Conținutul dreptului de autor 15.4. Durata protecției dreptului de autor 15.5. Limitele exercitării dreptului de autor 15.6. Cesiunea drepturilor patrimoniale de autor și Dispoziții speciale 15.7. Drepturile conexe dreptului de autor 15.8. Oficiul Român pentru Drepturile de Autor 15.9. Măsuri de protecție, proceduri și sancțiuni 15.10. Dispoziții tranzitorii și finale	Prezentare orală, asistată PC Prelegere participativă	2 ore
16. ETICA CERCETĂRII ȘTIINȚIFICE 16.1. Directiva 2005/251/CE. Carta Europeană a Cercetătorului 16.2. Organizarea și atribuțiile Comisiei de Etică și Deontologie Universitară	Prezentare orală, asistată PC Prelegere participativă	2 ore
	Prezentare orală, asistată PC Prelegere participativă	1 oră

Bibliografie

- Ana Carata - Management, Marketing și legislație farmaceutică. Vol.II ed.a II-a, - Ed.Tehnoplast, București 2009, 301p.;
- Norman V. Carroll R.Ph.Ph.D – Financial Management for Pharmacists- Philadelphia, London,1991;
- C. Florescu și colab. -Marketing-Ed.Marketer, Grup Acad. de Marktg. și Management, Buc. 1992, 506 p.
- Virginia Hayden, N. Nicholson – Marketingul îngrijirilor de sănătate și elaborarea deciziilor, INSSC - Cai. doc.nr.5,febr.1992, București;
- D.Patriche –Marketing industrial, Ed.Teh.București, 1997;
- V.Platon –Sisteme avansate de productie, Ed.Teh.București,1990;
- M.C. Smith –Principles of Pharmaceutical Marketing- Third.Ed.The aworth Press, Philadelphia,1983, p. 115; 369-400;
- Steve Robinson –Management financiar-Teora 1995;
- A.L. Wilson – Issues in Pharmacy Practice Management Aspen Publ. Inc. Maryland 1997, 397 p.
- Soroceanu V., Rais C. Marketing și Legislație farmaceutică, Ed. Universitară, București 2017 (276 p.).
- Smedescu I., *Marketing-note de curs*, Universitatea Româno-Americană, București, 1993;
- Smedescu I., *Marketing*, Ed.Universitară București, 2004;
- Soroceanu V., Tăerel A.T., *Management și Marketing farmaceutic (Teorie și Practică)*, București, 2017
- Legea 339/2005 privind regimul Juridic al plantelor, substanțelor și preparatelor stupefiante și psihotrop M.O. Partea I nr. 1095/05.12.2005.
- H.G.R.nr. 1915/2007 pentru aprobarea normelor metodologice de aplicare a prevederilor Lg. 339; M.O. Partea I nr. 18/11.01.2007.
- ***- Legea nr. 95/2006, Titlul XIV – privind exercitarea profesiei de farmacist, precum organizarea și funcționarea Colegiului Farmaciștilor din România (M.O. nr. 372/28.04.2006)
- ***- Legea nr. 143/26 iunie 2000 – privind combaterea traficului și consumului ilicit de droguri (M.O. României nr. 362/03.08.2000)
- ***- Legea 186/2007 pentru aprobarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr.121/2006 privind regimul juridic al precursorilor de droguri
- ***- Legea nr. 95/2006, Titlul XVII, privind produsele medicamentoase de uz uman;
- ***- Ordine și instrucțiuni ale Ministerului Sănătății, în vigoare, din 1970 – până în prezent;
- ***- A.N.M. – Hotărâri ale Consiliului Științific; Buletine Informativ, 1999-2009;
- ***- Alte acte legislative și reglementare în vigoare, referitoare la domeniul farmaceutic
- *** - Directiva 2001/83/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 6 noiembrie 2001 de instituire a unui Cod comunitar cu privire la medicamentele de uz uman, rectificată în JO L nr. 276 din 21.10.2011;
- *** - Ordinul Ministrului Sănătății nr. 759/2003 privind modificarea și completarea Ordinului ministrului sănătății și familiei nr. 87/2003 pentru aprobarea listei afecțiunilor medicale incompatibile cu calitatea de conducător de autovehicule sau tramvaie și a listei substanțelor cu efect psihoactiv, contraindicate conducătorilor de autovehicule și tramvaie (produse sau substanțe stupefiante ori medicamente cu efecte similare acestora), M.Of. al României, Partea I, nr. 597 din 22 august 2003;

25. *** - Regulamentul (CE) nr. 726/2004 al Parlamentului European și al Consiliului din 31 martie 2004 de stabilire a procedurilor comunitare privind autorizarea și supravegherea medicamentelor de uz uman și veterinar și de instituire a unei Agenții Europene pentru Medicamente, JO L 136, 30.4.2004;
26. *** - Regulamentul (CE) nr. 273/2004 privind precursorii de droguri, modificat prin Regulamentul (CE) nr. 219/2009, Regulamentul (UE) nr.1258/2013 și rectificat în anul 2015, JO L 267/14.10.2015
27. *** - Legea nr. 206 din 27 mai 2004 privind Buna conduită în cercetarea științifică, dezvoltarea tehnologică și inovare, M.Of. nr. 505 din 4 iunie 2004, actualizată în anul 2011;
28. *** - Hotărârea Guvernului nr. 860/2005 pentru aprobarea Regulamentului de aplicare a dispozițiilor Legii nr. 143/2000;
29. *** - Regulamentul (CE) nr.111/2005 Consiliului European din 22 decembrie 2004 privind supravegherea comerțului cu precursori de droguri între Comunitate și statele terțe modificat prin Regulamentul (UE) nr. 1259/2013, JO L 330/10.12.2013;
30. *** - Directiva 2005/251/CE privind Carta europeană a cercetătorului și codul de conduită pentru recrutarea cercetătorilor, JO L 142/01.06.2012.

8.2. Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
<p>Continutul seminarului / laboratorului – Programa analitica</p> <p>1. DETERMINAREA CONSUMULUI ȘI NECESARULUI DE MEDICAMENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Urmărirea consumului de medicamente în farmacia cu circuit deschis. ➤ Metode de urmărire a consumului și necesarului de medicamente în farmacia cu circuit deschis. ➤ Studiul consumului și necesarului de medicamente în farmaciile de spital ➤ Studiul consumului și necesarului de medicamente pentru pacienții exceptați parțial sau total de la plata medicamentelor, pentru tratament ambulator. ➤ Studiul consumului și necesarului de medicamente în unitățile farmaceutice din cadrul ministerelor cu rețea sanitară proprie. <p>2. APROVIZIONAREA UNITĂȚILOR FARMACEUTICE CU PRODUSE ÎN FUNCȚIE DE STOCURILE NORMATE</p> <p>Întocmirea notei de comandă.</p> <p>3. RECEPȚIA PRODUSELOR FARMACEUTICE ÎN DEPOZITE, FARMACII ȘI DROGHERII</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recepția calitativă, cantitativă și valorică. Reguli practice. <p>4. DEPOZITAREA PRODUSELOR MEDICAMENTOASE ÎN UNITĂȚILE DE DISTRIBUȚIE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Produse cu termen de valabilitate redus. <p>5. ORGANIZAREA ELIBERĂRII PRODUSELOR MEDICAMENTOASE DIN FARMACIE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Eliberarea medicației pentru tratamentul ambulator, contracost din farmacia publică, obligațiile farmacistului din oficiu. ➤ Primirea și eliberarea prescripțiilor magistrale – condiții. ➤ Eliberarea medicamentelor în regimul asigurărilor de sănătate. ➤ Eliberarea medicației în farmacia de circuit închis. ➤ Activitatea cu produse și substanțe stupefiante și 	<p>prezentare orală</p> <p>demonstrație</p> <p>simularea activităților de aprovizionare, recepție, eliberare cu ajutorul unui program de gestiune</p>	<p>4 ore</p> <p>2 ore</p> <p>4 ore</p> <p>2 ore</p> <p>8 ore</p>

psihotrope în unitățile farmaceutice. ➤ Activitatea cu produse și substanțe din categoria precursorilor în unitățile farmaceutice. 6. GESTIONAREA ACTIVITĂȚII TEHNICO-ECONOMICE ÎN FARMACIE Evidența tehnico-economică în farmacie. Termeni specifici Concepte de bază în contabilitate Management financiar farmaceutic Bilanțul Informația operațională și informația contabilă Documente contabile de bază.		6 ore
7. EVALUARE FINALĂ		2 ore

Bibliografie

1. Ana Carata - Management, Marketing și legislație farmaceutică. Management în domeniul farmaceutic vol.I- Ed. Didactică și pedagogică, Buc, 2008, 303 p.
2. Ana Carata și colab. -Management și legislație în farmacie – Organizarea ergonomică a locurilor de muncă-(Teorie și practică), Ed. Tip. Tehnoplast, Buc., 2006, 99 p.,
3. Dan Enăchescu - Sănătate publică și management sanitar , Ed.All, 1994, 152 p.
4. O. Nicolescu - Management și Marketing în Regiile Autonome, I. GEORGESCU Societățile Comerciale și firme particulare, Supl. Tribuna Ec. Buc.,1991, 351 p.;
5. Ovidiu Nicolescu - Noutăți în management internațional – Management comparat - 1993, Ed.Tehnică, B 156 p.;
6. I. Petrescu - Management, Ed.Holding Reporter, Buc.1991, 414 p.;
7. Al. Popescu - Management și Marketing sanitar, Asistență și Protecție Socială, Ed.Med.Buc., 1996, 323 p.;
8. M.Smith – Pharmacy Ethics, Pharm.Prod.press.New York, 1991,537p.,
9. Soroceanu V., Tăerel A. – Management și Marketing farmaceutic (Teorie și Practică), EdTehnoplast București 2017
10. Legea 95/2006 privind reforma în sistemul sanitar din România, Monitorul Of. *Partea I nr. 372 din 28/04/2006*
11. Legislație în vigoare

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Prin însușirea noțiunilor de legislație și marketing farmaceutic și abordarea aspectelor practice, studenții dobândesc cunoștințele necesare în concordanță cu competențele parțiale cerute pentru ocupațiile posibile prevăzute în Grila RNCIS. Cursul este obligatoriu și există în programa tuturor facultăților de farmacie. Conținutul cursului este în concordanță cu cerințele angajatorilor din domeniu. Au loc întâlniri periodice cu alte cadre didactice din domeniul farmaceutic, dar și de la alte discipline sau instituții cu preocupări în domeniu, pentru identificarea nevoilor și așteptărilor angajatorilor din domeniu.

2. Evaluarea

Tip de activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	raspunsurile la examen (evaluarea finala)	Examen scris	60%

	alte activitati participare, lucrări demonstrative în unități farmaceutice, proiecte		10%
10.2. Seminar / laborator	raspunsurile finale la lucrarile practice de laborator	colocviu	25%
	testarea continua pe parcursul semestrului		5%
Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> Expunerea schematică a conținutului subiectelor 			

Data completării:

01.10.2020

Semnătura Șef Disciplină

Semnătura titulari curs

Semnătura titulari seminar

Data avizării în Consiliul

Departamentului:

02.10.2020

Semnătura Director Departament