

МИНИСТЕРСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ХИМИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ
АКАДЕМИЯ

Согласовано
Директор ЦПКС
_____ Синотова С.В.
« ____ » _____ 2017 г.

Утверждаю
Первый проректор, проректор по учебной
работе
_____ Кириллова Е.Н.
« ____ » _____ 2017 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ
«КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ МАРКЕТИНГ»**

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2017 г.

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации составлена в соответствии с «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам», утверждённым приказом №499 Министерства образования и науки Российской Федерации от 01 июля 2013 года.

Составители:

Доцент каф. УЭФ, к.ф.н. Синотова С.В. _____

Программа обсуждена и одобрена на заседании кафедры (протокол № __).

Зав. кафедрой УЭФ, профессор, д.ф.н. И.А. Наркевич _____

Программа рассмотрена и утверждена на заседании методического совета СПХФА 2017 года (протокол №).

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Цель	4
2.	Планируемые результаты обучения	4
3.	Учебный план	5
4.	Календарный учебный график	5
5.	Рабочая программа учебного курса	6
5.1.	Введение	6
5.2.	Учебно-тематический план	6
5.3.	Описание разделов курса	7
5.4.	Материально-технические условия реализации	7
5.5.	Информационное обеспечение образовательного процесса	7
5.6.	Формы аттестации	7
5.7.	Описание оценочных материалов	8
5.8.	Контроль и оценка результатов освоения профессиональных компетенций	8
6.	Методические рекомендации по освоению дополнительной профессиональной программы.	8

1. ЦЕЛЬ

Повышение квалификации специалистов аптечных организаций в области коммуникации с покупателями различных типов личностей с учетом их индивидуальных потребностей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Обучение по дополнительной профессиональной программе повышения квалификации «Клиенториентированный маркетинг» предполагает освоение следующих профессиональных компетенций:

Код	Наименование результата обучения	Компоненты компетенции
	Способность и готовность работать с покупателем с учетом потребностей и типологии личностей клиентов	Знать: типологию клиентов и алгоритм взаимодействия с покупателем в зависимости от типа личности. Уметь: устанавливать и поддерживать отношения с клиентами для получения необходимого результата

3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Категория слушателей: специалисты аптечных организаций, повышающие квалификацию по специальностям «Управление и экономика фармации», «Фармацевтическая технология», «Фармация», «Фармацевтическая химия и фармакогнозия».

Срок обучения: 36 часов

Форма обучения: очно-заочная

№ п/п	Разделы и темы занятий	Количество часов				
		всего	В том числе			
			лекции	ситуационные задания	Самостоятельное изучение	контроль
1	Мотивирование сотрудников	11	3	2	6	
2	Типология клиентов	11	3	2	6	
3	Алгоритм взаимодействия в зависимости от типов клиентов	11	3	2	6	
4	Промежуточное тестирование	1				1
5	Итоговая аттестация	2				2
ИТОГО:		36	9	6	18	3

4. КАЛЕНДАРНЫЙ ГРАФИК

№	Название темы	Кол. уч. часов
1	Мотивирование сотрудников	11
2	Типология клиентов	11
3	Алгоритм взаимодействия в зависимости от типов клиентов	11
4	Промежуточное тестирование	1
5	Итоговая аттестация	2
	ИТОГО:	36

5. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО КУРСА

5.1. Введение

Клиентоориентированный маркетинг предполагает акцент на фармацевтическую помощь, а его конечной целью является удовлетворение нужд пациента. Знание и умение правильно определять типологию личностей клиентов повышает качество обслуживания посетителей аптек и удовлетворение их потребностей, а также является важнейшим конкурентным преимуществом в условиях жесткой конкуренции на современном фармацевтическом рынке.

5.2. Учебно-тематический план*

№ п/п	Наименование разделов, дисциплин и тем*	Всего, час	В том числе			Контроль тесты
			Лекции	Ситуационные задания	Самостоятельное изучение	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Мотивирование сотрудников	11	3	2	6	
2	Типология клиентов	11	3	2	6	
3	Алгоритм взаимодействия в зависимости от типов клиентов	11	3	2	6	
4	Промежуточное тестирование	1				1
5	Итоговая аттестация	2				2
	Итого	36	9	6	18	3

*Предусматривается возможность внесения изменений в содержание учебно-тематического плана в зависимости от контингента слушателей.

5.3 Описание разделов курса

Тема 1. Мотивирование сотрудников.

Привлечение и развитие квалифицированного персонала. Клиентоориентированность и заинтересованность в продажах. Клиентоориентированность персонала как совокупность знаний, умений, навыков, которые, благодаря соответствующей мотивации, установкам и личным качествам сотрудников, способствуют определенному поведению и установлению и поддержанию отношений с клиентами для получения необходимого результата.

Тема 2. Типология клиентов.

Типология личностей клиентов. Понимание типов личности как ключ к более эффективному взаимодействию с клиентами. Способы определения типов личности. Методы общения и каждый типом личности.

Тема 3. Алгоритм взаимодействия в зависимости от типов клиентов.

Навыки в области коммуникации сотрудников аптек с покупателями различных типов. Алгоритм выявления потребностей у покупателей в зависимости от типа личности. Структура работы с покупателем с учетом потребностей и типологии личностей клиентов.

5.4 Материально-технические условия реализации

Материально-технические условия реализации программы	Обеспеченность реализации программы собственными материально техническими условиями
Наличие кабинетов (указать каких):	Требуется
Наличие лабораторий (указать каких):	Не требуется
Наличие полигонов, технических установок	Не требуется
Наличие технических средств обучения	имеется платформа дистанционного обучения http://cpks-do.ru/
Иное (указать)	-

5.5 Информационное обеспечение образовательного процесса

а) основная литература:

б) дополнительная литература:

в) программное и коммуникативное обеспечение:

1. мультимедийное сопровождение лекций;
2. электронные тесты;
3. использование Интернет-ресурсов.

5.6 Формы аттестации

По каждому разделу программы проводится текущий контроль.

Завершается обучение итоговой аттестацией – зачет в виде тестирования по всем разделам программы с целью проверки сформированности заявленных компетенций.

5.7 Описание оценочных материалов.

Основным оценочным средством для текущего контроля знаний и итоговой аттестации является тестирование.

Пример вопросов тестового задания:

- 1) Инструкция по санитарному режиму аптечных организаций содержит основные требования, предъявляемые к:
 1. санитарному режиму аптечного производства
 2. личной гигиене работников
 - + 3. все выше перечисленное

5.8 Контроль и оценка результатов освоения профессиональных компетенций.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля оценки
Способен и готов работать с покупателем с учетом потребностей и типологии личностей клиентов	<p>Знает: типологию клиентов и алгоритм взаимодействия с покупателем в зависимости от типа личности.</p> <p>Умеет: устанавливать и поддерживать отношение с клиентами для получения необходимого результата</p>	<p><i>Текущий контроль:</i> тесты по разделам курса, собеседование.</p> <p><i>Итоговая аттестация:</i> тестирование по всем разделам программы.</p>

6 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОСВОЕНИЮ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В целях эффективного усвоения программы лекционный материал излагается последовательно по разделам, которые отражены в календарном учебном графике.

Для лучшего усвоения программы слушателям рекомендуется проработать материалы лекций. Лекционный курс представлен в презентационных материалах сопровождающих каждый раздел.

Рекомендуемый итоговый контроль – тестирование, обобщающее все темы программы и позволяющее проверить сформированность компетенций по результатам обучения.