Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение профессионального образования «Красноярский государственный медицинский университет имени профессора В.Ф. Войно-Ясенецкого»

Министерства здравоохранения Российской Федерации

ФГБОУ ВО КрасГМУ им. проф. В.Ф. Войно-Ясенецкого Минздрава России

**Кафедра управления и экономики фармации с курсом ПО**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

**ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**по дисциплине «Медицинское и фармацевтическое товароведение»**

**для специальности 33.05.01 - Фармация (очная форма обучения)**

**К ПРАКТИЧЕСКОМУ**

**ЗАНЯТИЮ № 3**

**ТЕМА: «Ассортимент медицинских и фармацевтических товаров»**

Утверждены на кафедральном заседании

протокол № 02 от «03» октября 2016 г.

Заведующий кафедрой

д.м.н., проф. Ноздрачев К.Г.

ст.преп. Чавырь В.С.

Красноярск

2016

**1. Занятие № 3.**

**Тема:** «Ассортимент медицинских и фармацевтических товаров».

**2. Форма организации занятия:** практическое занятие.

**3. Значение изучения темы**.

Сформировать профессиональные знания и умения по анализу ассортимента медицинских и фармацевтических товаров.

**4. Цели обучения:**

- общая: обучающийся должен обладать следующими ОК, ОПК и ПК:

* способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
* готовность к саморазвитию, самореализации, самообразованию, использованию творческого потенциала (ОК-5);
* готовность решать стандартные задачи профессиональной деятельности с использованием информационных ресурсов, фармацевтической терминологии, информационно­-коммуникационных технологий и учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);
* способность использовать основы экономических и правовых знаний в профессиональной деятельности (ОПК-3);
* готовность к ведению документации, предусмотренной в сфере производства и обращения ЛС (ОПК-6);
* готовность к использованию основных физико-химических, математических и иных естественнонаучных понятий и методов при решении профессиональных задач (ОПК-7);
* способность к участию в организации деятельности фармацевтических организаций (ПК-16);
* способность к анализу и публичному представлению научной фармацевтической информации (ПК-21);
* готовность к участию во внедрении новых методов и методик в сфере разработки, производства и обращения ЛС (ПК-23).

- учебная: обучающийся должен

Знать:

* основы формирования системного подхода к анализу информации, основанной на поиске решений с использованием теоретических знаний и практических умений в целях совершенствования профессиональной деятельности (ОК-1);
* основные законы развития, самосовершенствования личности, способы развития мыслительных, творческих способностей, принципы ведения дискуссий и полемики (ОК-5);
* информационно-коммуникационные технологии и компьютеризированные системы, современные методы поиска и оценки фармацевтической информации (ОПК-1);
* правовые и экономические основы товароведческого анализа различных медицинских и фармацевтических товаров (ОПК-3);
* требования к ведению отчетной документации в фармацевтических организациях, профессиональное делопроизводство (ОПК-6);
* основные физико-химические, математические и иные естественнонаучные понятия и методы решения профессиональных задач (ОПК-7);
* положения нормативных правовых актов, регулирующих обращение ЛС и товаров аптечного ассортимента, включая выписывание рецептов/требований, отпуск лекарственных препаратов, медицинских изделий и их хранение (ПК-16);
* требования, предъявляемые к публичному выступлению, стилистику и терминологию текстов профессионального содержания (ПК-21);
* основные тенденции развития фармацевтической отрасли, новые направления в создании ЛС и медицинских изделий (ПК-23).

Уметь:

* использовать учебную, научную, нормативную и справочную литературу; собирать, хранить, совершать поиск, переработку и анализ информации (ОК-1);
* использовать различные формы устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности; ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций (ОК-5);
* пользоваться учебной, научной, научно-популярной литературой, сетью Интернет для профессиональной деятельности и соблюдать основные требования информационной безопасности (ОПК-1);
* использовать экономические и правовые основы товароведческого анализа в профессиональной сфере (ОПК-3);
* оформлять необходимую документацию на различных этапах товародвижения в фармацевтической сфере (ОПК-6);
* оценивать физико-химические и технологические свойства медицинских и фармацевтических товаров в условиях товароведческого анализа (ОПК-7);
* организовать деятельность фармацевтической организации в соответствии государственными требованиями (ПК-16);
* использовать информационные источники научного, нормативного характера, основы логического и аргументированного анализа для построения публичной речи и редактирования текстов научного содержания (ПК-21);
* ставить цели, задачи и формулировать выводы; обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные (ПК-23).

Владеть:

* навыком формирования системного подхода к анализу фармацевтической информации и основными принципами и понятиями медицинского и фармацевтического товароведения (ОК-1);
* навыками самосовершенствования личности, развития творческих способностей, основами культуры речи, принципами саморегуляции эмоциональных состояний и саморазвития (ОК-5);
* методами работы с научно-исследовательской литературой, интернет-ресурсами, информационными технологиями в профессиональной деятельности (ОПК-1);
* навыком работы с правовыми нормативными документами, необходимыми для осуществления профессиональных задач (ОПК-3);
* навыком ведения и проверки сопутствующей товароведческому анализу документации (ОПК-6);
* навыками анализа медицинских и фармацевтических товаров с учетом их физико-химических свойств и технологии изготовления (ОПК-7);
* методами маркетингового управления деятельностью фармацевтической организации (ПК-16);
* навыком изложения самостоятельной точки зрения, проведения анализа, ведения дискуссий и круглых столов; информирования населения и просветительской работы по пропаганде здорового образа жизни и безопасности жизнедеятельности; консультирования населения по товарам аптечного ассортимента (ПК-21);
* навыками получения ЛС в лабораторных условиях и промышленными способами; поиска необходимой информации о ЛС и статистической обработки полученных данных (ПК-23).

**5. План изучения темы:**

**5.1. Контроль исходного уровня знаний.**

Вопросы для контроля исходного уровня знаний:

1. Виды ассортимента медицинских и фармацевтических товаров
2. Цель управления ассортиментом в аптеке.
3. Виды нормативных и технологических документов, регламентирующих ассортимент товаров.
4. Отличия промышленного и торгового ассортимента.
5. Показатели ассортимента.

**5.2. Основные понятия и положения темы**

АССОРТИМЕНТ – состав и соотношение товаров определенного вида или разновидности, отличающихся между собой по типам, размерам, дозировке и другим признакам.

ПРОМЫШЛЕННЫЙ АССОРТИМЕНТ – совокупность товаров, выпускаемых предприятиями различных отраслей промышленности.

ТОРГОВЫЙ АССОРТИМЕНТ – ассортимент товаров, поступающих на оптовые и розничные торговые предприятия или в сферу обращения и реализации.

ТОВАРНАЯ НОМЕНКЛАТУРА, ТОВАР-МИКС – совокупность всех ассортиментных групп товаров и товарных единиц, предлагаемых покупателям.

АССОРТИМЕНТНАЯ ГРУППА, ТОВАРНАЯ ЛИНИЯ, АССОРТИМЕНТНЫЙ РЯД – совокупность товаров, тесно взаимосвязанных между собой в силу выполнения аналогичных функций.

АССОРТИМЕНТНАЯ ПОДГРУППА – совокупность товаров, объединенных одним признаком, более мелкое подразделение ассортиментной группы.

ТОВАРНАЯ ЕДИНИЦА, АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЗИЦИЯ – отдельное изделие в рамках торговой марки или товарного ассортимента определенного внешнего вида, химического состава или характеризующегося каким-либо качеством.

УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ – деятельность, направленная на создание рационального ассортимента.

ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА – деятельность по составлению набора товаров, позволяющего удовлетворить реальные или прогнозируемые потребности, а также достигнуть целей, определенных руководством организации.

АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА – цели, задачи и основные направления формирования ассортимента, намечаемые руководством организации.

ОБНОВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТА – качественные и количественные изменения товаров, характеризующиеся увеличением показателя новизны.

СТАБИЛИЗАЦИЯ АССОРТИМЕНТА – состояние набора товаров, характеризующееся высокой устойчивостью и низкой степенью обновления.

СОКРАЩЕНИЕ АССОРТИМЕНТА – количественные и качественные изменения в наборе товаров за счет уменьшения его широты и полноты.

РАСШИРЕНИЕ АССОРТИМЕНТА - количественные и качественные изменения в наборе товаров за счет увеличения показателей широты, полноты и новизны.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА - количественные и качественные изменения состояния набора товаров для повышения его рациональности.

ГАРМОНИЗАЦИЯ АССОРТИМЕНТА - количественные и качественные изменения состояния набора товаров, отражающие степень близости реального ассортимента к оптимальному или лучшим зарубежным и отечественным аналогам, наиболее полно соответствующие целям организации здравоохранения.

ШИРОТА АССОРТИМЕНТА – количество ассортиментных групп (подгрупп, видов) товаров, имеющихся в том или ином розничном или оптовом звене, представленных в номенклатурных или формулярных списках, классификаторах, государственных реестрах, регистрах, каталогах, выпускаемых различными фармацевтическими предприятиями или фирмами, производящими медицинские инструменты, приборы и оборудование.

ПОЛНОТА АССОРТИМЕНТА – количество товарных единиц одной ассортиментной группы (подгруппы), имеющихся в том или ином розничном или оптовом звене, представленных в номенклатурных или формулярных списках, классификаторах, государственных реестрах, регистрах, каталогах, выпускаемых различными фармацевтическими предприятиями или фирмами.

ГЛУБИНА АССОРТИМЕНТА – количество вариантов товаров одной товарной единицы или одной ассортиментной группы, имеющихся в том или ином розничном или оптовом звене, представленных в номенклатурных или формулярных списках, классификаторах, государственных реестрах, регистрах, каталогах, выпускаемых различными фармацевтическими предприятиями.

ИНДЕКС ОБНОВЛЕНИЯ – доля новых товаров, появившихся на рынке в течение определенного времени.

УСТОЙЧИВОСТЬ АССОРТИМЕНТА – изменения показателей широты, полноты, глубины структуры ассортимента за какой-либо промежуток времени.

РАЦИОНАЛЬНОСТЬ АССОРТИМЕНТА – способность набора товаров наиболее полно удовлетворять реально обоснованные запросы разных групп потребителей.

**5.3. Самостоятельная работа по теме:**

**Задание №1.**

Провести сравнительный анализ промышленного и торгового ассортимента амоксиклава

(методика выполнения см. практикум, стр.27,28

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Наименование товара промышленного ассортимента по Госреестру | Код товара, представленный в А-ОКП | Торговый ассортимент, представленный на фирмах-дистрибьютерах (по прайс листам) | | Торговый ассортимент, представленный в аптеках (собственные исследования) | |
| 1 | 2 | №1… | №2… |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |  |  |
| 7 |  |  |  |  |  |  |
| 8 |  |  |  |  |  |  |
| 9 |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Вывод: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Задание №2.**

Определите показатели ассортимента:

В аптеке из группы гистаминергические средства присутствуют следующие ЛП: Псило-бальзам, Донормил, Диазолин, Супрастин, Аллергофен, Ранитидин, Тагиста. Данные ЛП относятся к гистаминолитикам и гистаминомиметикам.

((методика выполнения см. практикум, стр.27,28)

Таблица 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование ассортиментных групп в торговом ассортименте  В промышленном ассортименте \_ ассортиментные группы | | | |
| Наименование ассортиментных подгрупп в торговом ассортименте  В промышленном ассортименте – \_ ассортиментные подгруппы. | | | |
| 1. | | 2. | |
| № п/п | Торговое наименование товара | № п/п | Торговое наименование товара |
| 1 |  | 1 |  |
| 2 |  | 2 |  |
| 3 |  | 3 |  |
| 4 |  | 4 |  |
| 5 |  | 5 |  |
| 6 |  | 6 |  |

Таблица 2

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование товарной линии | Показатели ассортимента | | |
| Кш | Кп | Кг |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Вывод: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**5.4. Итоговый контроль знаний:**

Ответы на вопросы по теме занятия:

1. Практическое значение определения широты, полноты, глубины и структуры ассортимента фармацевтических товаров.
2. Отличия фактической широты ассортимента от базовой.
3. Определение структуры ассортимента.
4. Определение индекса обновления.
5. Определение устойчивости ассортимента.

Ситуационные задачи:

**ЗАДАЧА 1**

При проведении маркетинговых исследований в аптеке перед вами поставили задачу сравнить промышленный и торговый ассортимент норсульфазола. Ваши действия.

**ЗАДАЧА 2**

В аптеке №353 г. Красноярска из группы респираторные средства присутствуют следующие лекарственные препараты: Снуп, Бронхолитин, Бромгексин 8, Геделикс, АЦЦ лонг, Халиксол. Данные лекарственные препараты относятся к антиконгестантам, противокашлевым средствам и секретолитикам и стимуляторам моторной функции дыхательных путей. Определите коэффициенты широты, полноты и глубины для данной фармакотерапевтической группы.

**ЗАДАЧА 3**

Вы являетесь сотрудником ОАО «Медико-инструментальный завод им. М. Горького», где вам поручили провести сравнительный анализ ассортимента выпускаемых заводом общехирургических медицинских инструментов с ассортиментом вашего конкурента – АО «Медико-инструментальный завод им. В.И. Ленина» по таким показателям, как широта, полнота и глубина. Ваши действия.

Тестовые задания:

01. ТОВАРНАЯ ЛИНИЯ - ЭТО:

1) совокупность товаров, тесно взаимосвязанных между собой в силу выполнения аналоговых функций

2) отдельное изделие в рамках торговой марки или товарного ассортимента определенного внешнего вида

3) отдельное изделие в рамках торговой марки или товарного ассортимента определенного химического состава

4) отдельное изделие в рамках торговой марки или торгового ассортимента определенного размера, объема, вида

5) все вышеперечисленное верно

02. ФАКТИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ШИРОТЫ, ПОЛНОТЫ И ГЛУБИНЫ УСТАНАВЛИВАЮТСЯ ПО НАЛИЧИЮ ТОВАРА В:

1) ОКП

2) КЛС

3) РЛС

4) аптеке

5) формулярном списке

03. ШИРОТА БАЗОВАЯ - ЭТО:

1) количество ассортиментных групп товаров, имеющихся в аптеке или на аптечном складе

2) количество ассортиментных групп товаров, представленных в классификаторах, регистрах или формулярных списках

3) количество вариантов товаров одной товарной единицы, имеющихся в аптеке или на аптечном складе

4) количество товарных единиц одной ассортиментной группы, представленных в классификаторах, регистрах или формулярных списках

5) общее число товарных единиц или вариантов товара в объеме одной ассортиментной группы (подгруппы), согласно ОКП, регистра или формулярных списков

04. КАЧЕСТВЕННЫЕ И КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ НАБОРА ТОВАРОВ ЗА СЧЕТ УВЕЛИЧЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ШИРОТЫ, ПОЛНОТЫ И НОВИЗНЫ:

1) обновление ассортимента

2) стабилизация ассортимента

3) сокращение ассортимента

4) расширение ассортимента

5) гармонизация ассортимента

05. СТРУКТУРА АССОРТИМЕНТА МОЖЕТ БЫТЬ ВЫРАЖЕНА:

1) в частях

2) в процентах

3) в натуральных числах

4) количеством наименований

5) все вышеперечисленное верно

06. УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ - ЭТО:

1) деятельность, направленная на достижение целей компании через удовлетворение потребностей клиента путем управления потоками товаров, идущих от производителя к клиенту

2) деятельность, направленная на создание рационального ассортимента

3) деятельность по составлению набора товаров, позволяющего удовлетворить реальные или прогнозируемые потребности

4) деятельность, направленная на разработку концепций ценообразования, продвижения и распределения товаров для эффективного удовлетворения потребностей потребителей

5) все вышеперечисленное

07. КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ АССОРТИМЕНТА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО РАЦИОНАЛЬНОСТИ:

1) обновление ассортимента

2) гармонизация ассортимента

3) сокращение ассортимента

4) совершенствование ассортимента

5) стабилизация ассортимента

08. СРЕДНЕВЗВЕШЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЯ РАЦИОНАЛЬНОСТИ С УЧЕТОМ ВЛИЯНИЯ ЭТИХ ФАКТОРОВ НА РАЦИОНАЛЬНОСТЬ АССОРТИМЕНТА И РЕАЛЬНЫХ ЗНАЧЕНИЙ КОЭФФИЦИЕНТОВ:

1) коэффициент широты

2) коэффициент глубины

3) коэффициент полноты

4) коэффициент рациональности

5) коэффициент обновления

09. ГЛУБИНА ФАКТИЧЕСКАЯ - ЭТО:

1) количество товарных единиц одной ассортиментной группы, представленных в классификаторах, регистрах или формулярных списках

2) количество ассортиментных групп товаров, имеющихся в аптеке или на аптечном складе

3) общее число товарных единиц или вариантов товара в объеме одной ассортиментной группы (подгруппы), согласно ОКП, регистра или формулярных списков

4) количество ассортиментных групп товаров, представленных в классификаторах, регистрах или формулярных списках

5) количество вариантов товаров одной товарной единицы, имеющихся в аптеке или на аптечном складе

10. Ассортимент ТОВАРОВ, РЕАЛИЗУЕМЫЙ АПТЕЧНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ, УСТАНОВЛЕН НОРМАТИВНЫМ ДОКУМЕНТОМ:

1) Федеральным законом № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств»

2) Федеральным законом № 184-ФЗ «О техническом регулировании»

3) Распоряжением Правительства РФ об утверждении минимального ассортимента лекарственных препаратов, необходимых для оказания медицинской помощи

4) Распоряжением Правительства РФ об утверждении перечня жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов для медицинского применения

5) Законом РФ № 2300-1 «О защите прав потребителей»

**6. Домашнее задание для уяснения темы занятия**

(согласно методическим указаниям для внеаудиторной работы по теме занятия).

**7. Рекомендации по выполнению НИРС, в том числе список тем, предлагаемых кафедрой.**

Подготовить доклады и презентации по темам:

1. Правовые ограничения ассортимента аптечной организации.

2. Направления оптимизации ассортимента.

3. Применение анализа показателей ассортимента в деятельности организации.

**8. Рекомендованная литература по теме занятия:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Наименование, вид издания** | **Автор(-ы), составитель(-и), редактор(-ы)** | **Место издания, издательство, год** |

**Обязательная**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | |  |  | | --- | --- | |  | [Медицинское и фармацевтическое товароведение](http://krasgmu.ru/index.php?page%5bcommon%5d=elib&cat=catalog&res_id=24461) : учебник | | О. А. Васнецова | М.: ГЭОТАР-Медиа, 2009. |

**Дополнительная**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | [Теоретические основы товароведения и экспертизы](http://krasgmu.ru/index.php?page%5bcommon%5d=elib&cat=catalog&res_id=54109) : учеб. для бакалавров | Е. Ю. Райкова | М. : Дашков и К, 2015. |
| 2 | [Маркетинг в здравоохранении](http://krasgmu.ru/index.php?page%5bcommon%5d=elib&cat=catalog&res_id=29005) : учеб. пособие для студентов мед. вузов | С. И. Максимова, А. Н. Максимов, Е. В. Таптыгина | Красноярск: КрасГМУ, 2012. |
| 3 | [Маркетинг менеджмент](http://krasgmu.ru/index.php?page%5bcommon%5d=elib&cat=catalog&res_id=28998) | Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; науч. ред. А. Н. Немчин, В. А. Дуболазов ; пер. с англ. С. Жильцов | СПб.: Питер, 2010. |

**Электронные ресурсы**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. | ЭБС КрасГМУ "Colibris"; |
| 2. | ЭБС Консультант студента; |
| 3. | ЭБС Университетская библиотека OnLine; |
| 4. | ЭНБ eLibrary |
| 5. | Сайт Федеральной электронной медицинской библиотеки. Государственная фармакопея 13 издания <http://www.femb.ru/feml> |
| 6. | Сайт Росминздрава. Государственный реестр лекарственных средств <http://www.grls.rosminzdrav.ru/Default.aspx> |