

NAZIV PREDMETA		Istraživanje i razvoj lijekova					
Kod	FARIZ19	Godina studija	4.				
Nositelj/i predmeta	prof. dr. sc. Siniša Tomić	Bodovna vrijednost (ECTS)	2,0				
Suradnici		Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T	
			15	10			
Status predmeta	Izborni	Postotak primjene e-učenja	10%				
OPIS PREDMETA							
Ciljevi predmeta	1. Stjecanje znanja iz općih načela otkrića novih lijekova kroz sve faze razvoja lijeka 2. Stjecanje znanja o funkcioniranju farmaceutske industrije, inovativne i generičke te o njihovim strateškim odrednicama 3. Naučiti i steći vještine u komunikaciji vezanoj na farmaceutski marketing i promidžbu lijekova						
Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet							
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	1. Opisati i objasniti faze razvoja lijeka 2. Navesti i obrazložiti metode koje se koriste u istraživanju lijeka 3. Navesti i objasniti strateške odrednice inovativne i generičke farmaceutske industrije 4. Navesti i objasniti osnovna načela oglašavanja lijekova 5. Analizirati tržište lijekova 6. Izračunati i odrediti referentnu cijenu lijeka 7. Izraditi marketinški plan za OTC lijek 8. Razlikovati pojmove važne za komunikaciju u marketingu lijekova 9. Prezentirati i primijeniti regulatorne informacije o lijeku u etičkom marketingu						
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave	Predavanja 1. Inovativni i generički lijekovi, sintetski i biološki lijekovi (2 h) 2. Pronalaženje molekularnih i fizioloških ciljeva kao mjesta djelovanja budućeg lijeka, informacije iz sekvencije ljudskog genoma, uska grla u istraživanju lijekova (2 h) 3. Racionalni dizajn lijekova (2 h) 4. Proces pronalaženja lijeka koji odgovara traženom cilju: visokoprobirno pretraživanje (HTS), „Hit-to-Lead“ strategija (2 h) 5. Optimiranje vodećeg spoja (Lead) (2 h) 6. Zaštita intelektualnog vlasništva i patent (2 h) 7. Neklinička ispitivanja lijeka (2 h) 8. Krivotvoreni lijekovi (1 h) Seminari 1. Cijena lijeka (2 h) 2. Lista lijekova (2 h) 3. Etički marketing (2 h) 4. Oglašavanje lijekova (1 h) 5. Komunikacijske vještine u farmaceutskom marketingu (1 h) 6. Analiza tržišta (1 h)						

	7. Izrada marketing plana za OTC lijek (1 h)					
Vrste izvođenja nastave:	■predavanja ■seminari i radionice ☐ vježbe ☐ on line u cijelosti ■mješovito e-učenje ☐ terenska nastava			☐ samostalni zadaci ■ multimedija ☐ laboratorij ☐ mentorski rad ■ domaći rad		
Obveze studenata	U skladu s Pravilnikom o studiju i sustavu studiranja i Deontološkim kodeksom za studente Medicinskog fakulteta u Splitu.					
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	0,5	Istraživanje		Praktični rad	
	Eksperimentalni rad		Referat		Domaći rad	0,5
	Esej		Seminarski rad		(Ostalo upisati)	
	Kolokviji		Usmeni ispit		(Ostalo upisati)	
	Pismeni ispit	1,0	Projekt		(Ostalo upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Tijekom nastave provoditi će se kontinuirano ocjenjivanje studenta. Student tijekom nastave može prikupiti najviše 70% bodova i to 30% za pohađanje nastave, 30% za aktivnost na nastavi, 10% na domaći rad te 30% na završnom ispitu koji je pismeni.					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov			Broj primjeraka u knjižnici	Dostupnost putem ostalih medija	
	Zakon o lijekovima				Da, dostupno besplatno na internetu	
	Pravilnik o oglašavanju lijekova				Da, dostupno besplatno na internetu	
Dopunska literatura	Shayne Cox Gad (2005), Drug Discovery Handbook, Wiley-Interscience Madsen U. (2002), Textbook of Drug Design and discovery, CRC					
Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja	-Analiza studentskog vrednovanja nastavnog rada i kvalitete nastave -Analiza prolaznosti na ispitima -Izvešća Povjerenstva za nastavu, Povjerenstva za nadzor provedbe nastave i Odbora za unaprjeđenje kvalitete -Izvaninstitucijska evaluacija					
Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)						