

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Институт фундаментальной медицины и биологии КФУ

Кафедра фармации

Дисциплина: Маркетинговый анализ фармацевтического рынка

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

9 семестр

№ п/п	Тема лабораторного занятия
1	Тема 1. Введение в маркетинговый анализ фармацевтического рынка. Основные понятия, основные задачи, функции и мероприятия.
2	Тема 2. Характеристика, особенности фармацевтического рынка. СТП (сегментирование, таргетирование, позиционирование), цели, задачи, критерии эффективности. Основные маркетинговые стратегии компаний на фармацевтическом рынке.
3	Тема 3. Модели поведения потребителей на фармацевтическом рынке. Этапы принятия решений, потребительские роли. Потребительская ценность фармацевтических товаров и услуг.
4	Тема 4. Маркетинговый анализ фармацевтического рынка. Анализ внешней среды и конкурентов, инструменты анализа. Оценка фармацевтического рынка, прогнозирование.
5	Тема 5. Маркетинговое планирование. План маркетинга и его структура. Ключевые показатели эффективности, система стратегических показателей фармацевтического предприятия.
6	Тема 6. Продуктовая стратегия фармацевтических компаний. Концепция жизненного цикла товара. Стратегии аптечного ассортимента.
7	Тема 7. Основы маркетинговых коммуникаций, виды коммуникаций, их характеристики и цели.
8	Тема 8. Маркетинговые метрики, цели, задачи, основные концепции. Метрики управления комплексом маркетинга фармацевтической компании.
9	Зачет