Управление маркетингом на фармацевтическом рынке

План

НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

ОПРЕДЕЛЕНИЯ

ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

ВВЕДЕНИЕ

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

1.1 Фармацевтический рынок как специфическая форма товарного рынка

1.2 Сущность маркетинга и маркетинговой деятельности на предприятии

1.3 Характерные особенности поведения потребителей и продвижения лекарственных средств на фармацевтическом рынке

2 АНАЛИЗ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ НА ПРИМЕРЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ ТОО МФК «»

2.1 Общая характеристика компании ТОО МФК «»

2.2 Анализ фармацевтического рынка Республики Казахстан

2.3 Стратегии продвижения лекарственных средств в ТОО МФК «»

3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ ТОО МФК «»

3.1 Приоритетные направления развития системы управления маркетингом фармацевтической компании

3.2 Проблемы и перспективы дистрибьюторской деятельности ТОО «» на фармацевтическом рынке Республики Казахстан

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

# **Список использованной литературы**

1. Пауков С. Руководство для медицинского представителя фармацевтической компании. – М.: Геотар-медицина, 2007. - 156с.
2. Котлер Ф. Управление маркетингом – М.: Финансы и статистика, 2004. – 745 с.
3. Стерлигова А.Н., Фель А.В.. Операционный (производственный) менеджмент: Учеб.пособие. — М.: ИНФРА-М. — 187 с. — (Высшее образование)., 2009
4. Васнецова O.A. Маркетинг в фармации.- М.: Книжный мир, 1999.
5. Белошапка В.А., Загорий Г.В., Усенко В.А. Стратегическое управление и маркетинг в практике фармацевтических фирм. -Киев.: РИА «Триумф». 2005. с.80
6. Мнушко 3. Н., Дихтярева Н. М. Менеджмент и маркетинг в фармации.- Харьков: УкрФА, 2009
7. Красноутский А., Логунова А. Лекарство как рыночная продуктовая категория. Жизненный цикл лекарственного препарата. - М.: Экономический вестник фармации. №4, 2004.
8. Белякова А. Маркетинг - философия производства, ориентированного на рынок// Энциклопедия маркетинга www.marketing.spb.ru
9. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегия, планы, структуры. – М.: «Дело», 2002. – 341 с.
10. Дохолян С.Б., Овсянникова Т.С. Основы маркетинга. Часть 2: Учебно-методический комплекс, 2000. – 296с.
11. Егорова М. М., Логинова Е. Ю., Швайко И.Г. Маркетинг, 2008
12. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник. – М.: ИНФРА – М., 2001. – 294 с.
13. Годин, А.М. Маркетинг. Учеб. – М.: ИТК «Дашков и К», 2007. – 756 с
14. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 24-е издание. – М.: Русь, 2000. – 756с.
15. Борисова Ю.В. Поведение потребителей / Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. — М., 2002. — С.9.
16. Дремова Н.Б. Медицинское и фармацевтическое товароведение. Учебное пособие. — Курск: КГМУ, 2005. — 520 с. — (Высшее профессиональное образование). — ISBN 5-7277-0393-Х.
17. Мохова И.Н. Проблемы продвижения фармацевтических препаратов в России// "Медицинское право", 2005, № 2, С.17-20
18. Фармацевтический маркетинг / А.Ю. Юданов, Е.А. Вольская, А.А. Ишмухаметов, М.Н. Денисова. – М.: Ремедиум, 2008. – С. 417–420.
19. Закон Республики Казахстан «О рекламе» № 508-И ЗРК от19 декабря 2003 года (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2013 года)
20. Брендинг в фармацевтике и парафамацевтике: российский опыт / А.В. Артемов, А.Л. Балашов, Р.Е. Вайнтруб, О.С. Глазков и др. – М.: Литтерра, 2006. – С. 56–61.
21. Данные официального корпоративного сайта ТОО МФК «Биола»// <http://www.biola.kz/>
22. Финансовая отчетность ТОО МФК «Биола» за 2011-2013 года
23. База данных «Мониторинг розничных продаж и государственных закупок лекарственных средств в Республике Казахстан», Vi-ORTIS GroupConsulting. – 2013г.
24. Статистические данные по фармацевтическому рынку// Агентство по статистике Республике Казахстан. [www.stat.kz](http://www.stat.kz)
25. ЦМИ «Фармэксперт» - Мониторинг больничных закупок лекарственных средств в Казахстане
26. Данные Комитета таможенного контроля Министерства Финансов Республики Казахстан. [http://e.customs.kz](http://e.customs.kz/)
27. Программа по развитию фармацевтической промышленности Республики Казахстан на 2010-2014 годы
28. Шаргородский А. П. Стратегия продвижения лекарственных препаратов в Украине // [http://www.provisor.com.ua](http://www.provisor.com.ua/)
29. Лепахин В. К., Белоусов Ю. Б., Моисеев В. С. Клиническая фармакология с международной номенклатурой лекарств. Учебник.— М.: Изд-во УДН, 1988.— С. 230–240.
30. Горячев Д.В. Эффективность и безопасность нестероидных противовоспалительных препаратов в лекарственных формах для наружного применения / Д.В. Горячев // Хим.-фарм. журнал. – 2007. – №11. – С. 1837 – 1841.
31. Анч Л. Вывод на рынок нового лекарственного препарата// "Ремедиум", 2006, N 6
32. Максимкина Е.А.. Маркетинг взаимодействия и новые технологии в деятельности аптеки. -М.: Экономический вестник фармации. №3 (61). 2003.
33. Рублевская Ю.В., Попов Е.В. Моделирование бизнеса в Интернет-среде. - М.: Маркетинг в России и за рубежом. №2(22). 2001.
34. Приказ Министра здравоохранения Республики Казахстан от 4 сентября 2009 года № 446. «Об утверждении Перечней лекарственных средств и изделий медицинского назначения для бесплатного и льготного обеспечения населения в рамках гарантированного объема бесплатной медицинской помощи на амбулаторном уровне» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2014 года)
35. Дремова Н.Б. Методические подходы к оценке конкурентоспособности лекарственных средств. Фармацевтическая наука и практика в новых социально-экономических условиях. - М.: Научные труды НИИФ. т.36,4.1.1997.
36. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; под ред. Л.И. Евенко; пер. с англ. – М. : Экономика. 2005. – 519 с.
37. Глембоцкая Г.Т., Чупандина Е.Е. Комплексная сравнительная оценка привлекательности регионального оптового фармацевтического рынка. - М.: Экономический вестник фармации. №10. 2002.
38. Гузков, И. Тенденции изменения конкурентоспособности продукции / И. Гузков, Н. Типова // Маркетинг. – 2004. – № 1. – С. 20 – 34.
39. Дремова Н.Б., Олейникова Т.А., Лазарева Е.В., Соломка C.B., Маркетинговые исследования конкурентоспособности лекарственных средств. -М.: Экономический вестник фармации. №9. 2000.
40. Кузубова Л.Ж. Конкуренция как экономическая категория мышления руководителя фармацевтической организации. - М.: Новая Аптека. №8. 2002.
41. Пивень Е., Снегирев Ф. Мировой опыт ценообразования на лекарственные средства. -Киев.: Еженедельника «Аптека». №6(377).2003.
42. Рыжкова М.В., Сбоева С.Г. Логистический менеджмент фармацевтических организаций. -М.: ИД «Профессионал-Центр». 2003. с.31.
43. Успенский И. Интернет как инструмент маркетинга. -СПб.: БХВ- Санкт- Петербург, 2000. с. 136.
44. Хожаназаров К.Х. Маркетинг неггздерг. Оку лык. — Алматы: Экономика, 2006. -2886.
45. Годин А.М. Маркетинг. Учеб. – М.: ИТК «Дашков и К», 2007. – 756 с.