Стратегии вывода на рынок РК зарубежных фармацевтических препаратов

План

Введение

1 Теоретические аспекты вывода фармацевтических препаратов на рынки других стран

1.1 Сущность и необходимость создания стратегий вывода товаров на рынок

1.2 Порядок и инструменты стратегического планирования вывода товаров на зарубежные рынки

1.3 Основные аспекты стратегического продвижения на рынке фармацевтических препаратов

2 Анализ деятельности зарубежной фармацевтической компании АО «» в Казахстане и ее стратегических направлений по выводу на рынок фармацевтических препаратов

2.1 Обзор фармацевтического рынка Республики Казахстан

2.2 Анализ маркетинговой деятельности фармацевтической компании АО «» в Республике Казахстан

2.3 Стратегия вывода на фармацевтический рынок Казахстана новых противораковых препаратов АО «»

3 Проблемы и перспективы вывода зарубежных фармацевтических препаратов на рынок Казахстана

3.1 Проблемы и перспективы деятельности АО «» на рынке Казахстана

3.2 Составление карты конкурентоспособности препарата на рынке противоопухолевых препаратов

3.3 Перспективные инструменты продвижения рецептурных зарубежных препаратов на казахстанском фармацевтическом рынке

Заключение

Список использованной литературы

Список использованной литературы

1. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник / Т.П. Данько. – М.: ИНФРА – М., 2001.

2. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. М. : Гос. изд-во иностр. и нац. словарей, 1955. Т. 4. С. 337.

3. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг : учебник. М. : Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. С. 53.

4. Багиев Г.Л. и др. Маркетинг, Учебник для ВУЗов /Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х./ Под общей редакцией Багиева Г.Л. М.: “Экономика”, 2003.

5. Вайсман А. Стратегии маркетинга: 10 шагов к успеху; стратегия менеджемента, 5 факторов успеха, М.:Экономика, 2005.

6. Бабаев Ю.А. Маркетинг на предприятиях торговли. – М.: Экономика, 2005. – 293 с.

7. Эдвин Дж. Долан. Микроэкономика. Издательство АО “Санкт-Петербург оркестр”, 2005 год.

8. Хисрик Роберт Д., Джексон Ральф В. Торговля и менеджмент продаж. — М.: «Филинъ», 2003.

9. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика - М., 2002.

10. Тимошенко И. В. Таможенное регулирование ВЭД. М.: 2003.

11. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. - 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2006. — 495 с. — (Библиотека словарей "ИНФРА-М").

12. Закон Республики Казахстан от 12.04.2004 N 544-II "О регулировании торговой деятельности" (с изменениями и дополнениями по состоянию на 30.06.2010 года)

13. Стровский Л.Е. Внешний рынок и предприятие. - М. : Финансы и статистика, 2006. - 159 с.

14. Демидов В.Е., Завьялов П.С, Кретов И.И. и др. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности. Издание 2-е, дополненное - М.: Финансы и статистика, 2005.

15. Мохова И.Н. Проблемы продвижения фармацевтических препаратов в России// "Медицинское право", 2005, № 2, С.17-20

16. Фармацевтический маркетинг / А.Ю. Юданов, Е.А. Вольская, А.А. Ишмухаметов, М.Н. Денисова. – М.: Ремедиум, 2008. – С. 417–420.

17. Закон Республики Казахстан «О рекламе» № 508-И ЗРК от19 декабря 2003 года (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2013 года)

18. 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.

19. Шаргородский А. П. Стратегия продвижения лекарственных препаратов в Украине // http://www.provisor.com.ua

20. База данных «Мониторинг розничных продаж и государственных закупок лекарственных средств в Республике Казахстан», Vi-ORTIS GroupConsulting. – 2012г.

21. Статистические данные по фармацевтическому рынку// Агентство по статистике Республике Казахстан. www.stat.kz

22. ЦМИ «Фармэксперт» - Мониторинг больничных закупок лекарственных средств в Казахстане

23. Данные Комитета таможенного контроля Министерства Финансов Республики Казахстан. http://e.customs.kz

24. Программа по развитию фармацевтической промышленности Республики Казахстан на 2010-2014 годы

25. Корпоративный сайт АО «Гриндекс». http://www.grindeks.lv

26. Постановление Правительства Республики Казахстан от 29 марта 2012 года № 366 «Об утверждении Программы развития онкологической помощи в Республике Казахстан на 2012-2016 годы»

27. Дугин И. Потенциал рынка лекарственных средств для лечения онкозаболеваний// Фармацевтический Вестник, Москва, 2012

28. Анч Л. Вывод на рынок нового лекарственного препарата// "Ремедиум", 2006, N 6

29. Аналитические данные СК-Фармация// http://www.sk-pharma.kz/

30. Тюляндин С.А. Химиотерапция рака желудка// Публикации Российского онкологического научного центра им. Н.Н. Блохина РАМН, Москва. – 2003г.

31. 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)

32. Белошапка В.А., Загорий Г.В., Усенко В.А. Стратегическое управление и маркетинг в практике фармацевтических фирм. -Киев.: РИА «Триумф». 2001. с.80

33. 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.

34. Сафаев Р.Д., Бабский В.И. Роль фторпиримидиновых препаратов в онкологической практике. Аналитический обзор// ГИУВ МО РФ, кафедра онкологии; ГВКГ им. Н.Н. Бурденко, Москва, 105229

35. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; под ред. Л.И. Евенко ; пер. с англ. – М. : Экономика. 2005. – 519 с.

36. Глембоцкая Г.Т., Чупандина Е.Е. Комплексная сравнительная оценка привлекательности регионального оптового фармацевтического рынка. - М.: Экономический вестник фармации. №10. 2002.

37. Гузков, И. Тенденции изменения конкурентоспособности продукции / И. Гузков, Н. Типова // Маркетинг. – 2004. – № 1. – С. 20 – 34.

38. Дремова Н.Б., Олейникова Т.А., Лазарева Е.В., Соломка C.B., Маркетинговые исследования конкурентоспособности лекарственных средств. -М.: Экономический вестник фармации. №9. 2000.

39. Завьялов, П.С. Проблемы международной конкурентоспособности товаропроизводителей / П.С. Завялов // Маркетинг. – 2002. – № 2. – С. 20 – 32.

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 мененджмент фармацевтических организаций. -М.: ИД «Профессионал-Центр». 2003. с.31.

43. Смит П., Бэрри К., Пулфорд А. Коммуникации стратегического маркетинга. -М.: ЮНИТИ. 2001. с. 103.

44. Успенский И. Интернет как инструмент маркетинга. -СПб.: БХВ- Санкт- Петербург, 2000. с. 136.

45. Хабаров B.C., Барвинок A.B., Рамзаев B.M. Маркетинг и интернет. -М.: ООО «ПаритетГраф». 2001. с.10.