**федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**
**Первый Московский государственный медицинский университет им. И.М. СеченоваМинистерства здравоохранения Российской Федерации**
**(Сеченовский Университет)**

**Методические рекомендации по дисциплине:**

# ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

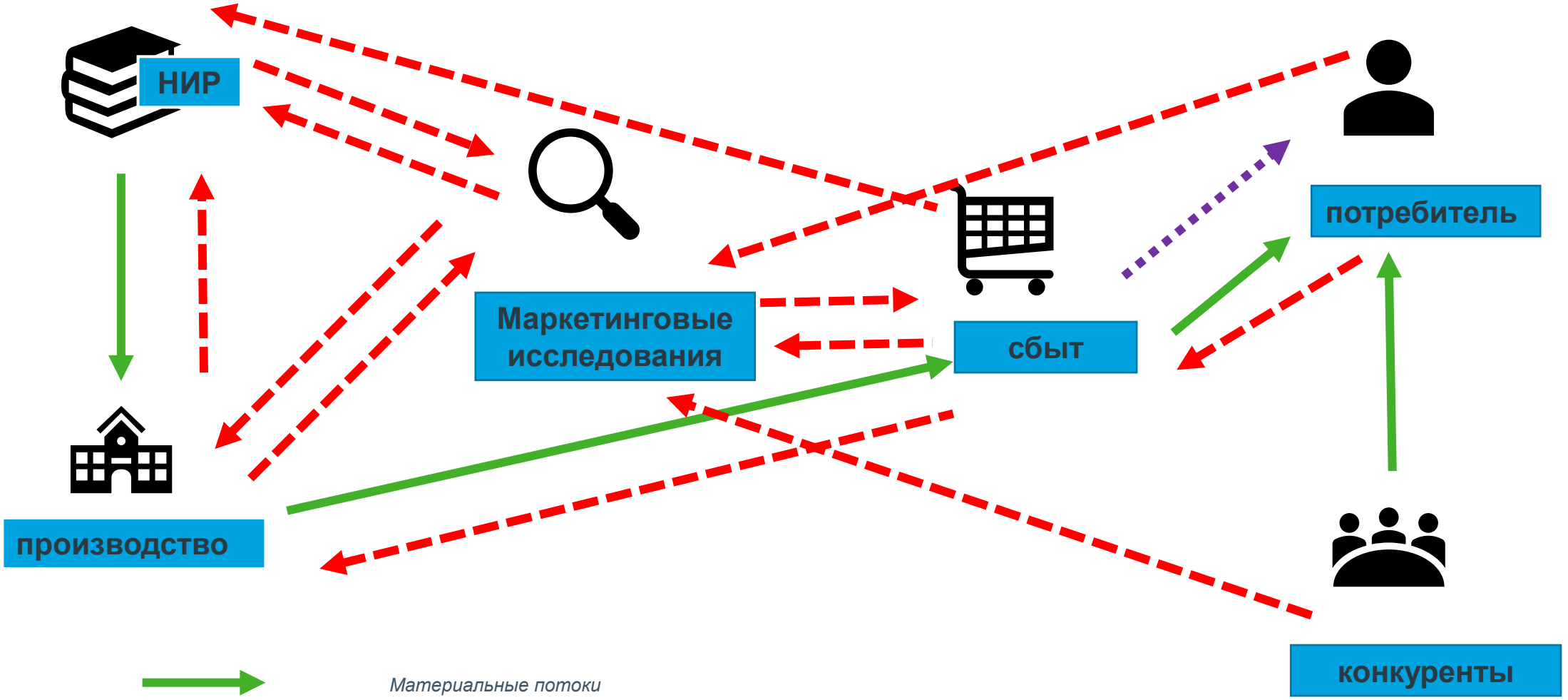
основная профессиональная образовательная программа
высшегообразования - программа специалитета

33.05.01 Фармация

# Фармацевтический маркетинг. Этапы развития

Copyright © 2017 . All rights reserved.

# Маркетинг


НИР
потребитель
Маркетинговые исследования
сбыт
производство
конкуренты
Материальные потоки
Информационные и управленческие потоки
Воздействие на потребителя

# Основные понятия

- Спрос это поведение фактического или потенциального покупателя товара или услуг, которых компания стремится сделать своими клиентами с помощью маркетинговых мероприятий
- Потребность- стремление человека к обеспечению себя лучшими условиями жизни
- Платежеспособный спрос – это желание и способность покупателей совершать сделки по приобретению имеющегося на рынке товара
- Величина платежеспособного спроса – количество товара, которые покупатели хотят и могут приобрести по данной цене и на данных условиях в течении определённого временного периода
- Потенциальный спрос- спрос, соответствующий потребностям, которые не могут быть реализованы
- Эластичность- степень реакции одной величины на изменение другой

# Эластичный спрос

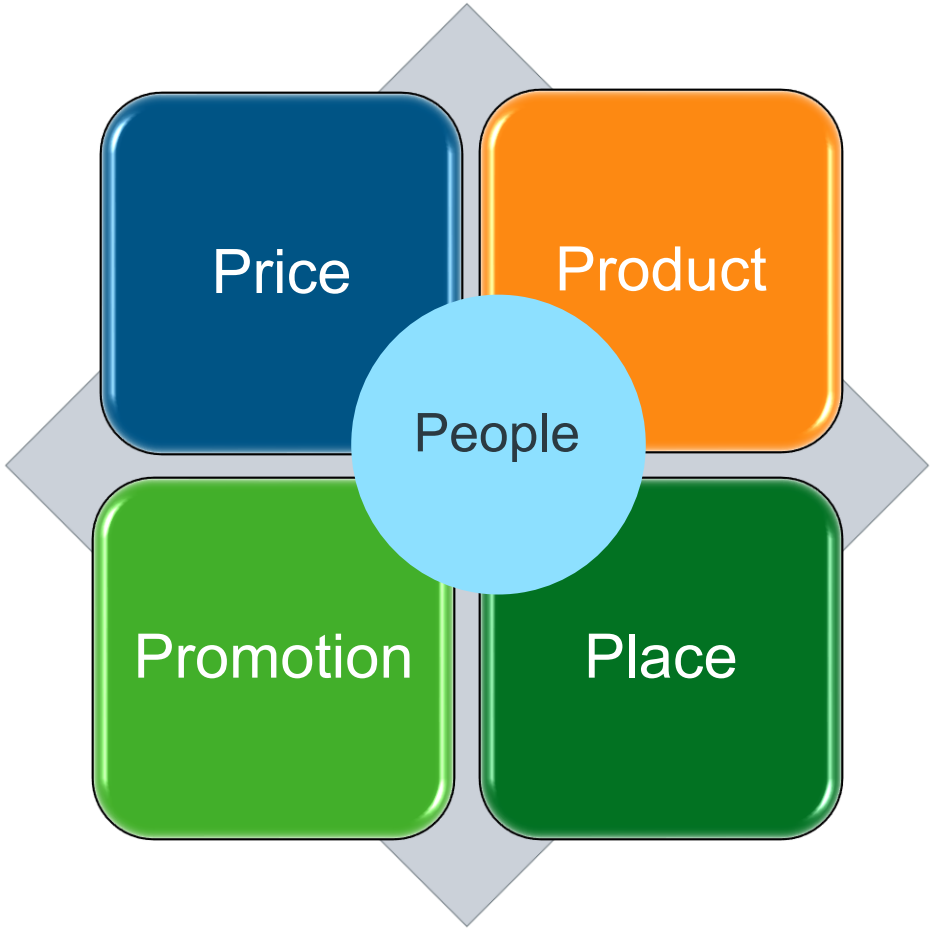
> 1 – это ситуация, при которой величина спроса изменяется в большей степени, чем цена. *Если спрос эластичен, изменение цены ведет к противоположному изменению выручки.*

< 1 – это ситуация, при которой величина спроса изменяется в меньшей степени, чем цена. *Если спрос неэластичен, изменение цены влияет на выручку в том же направлении.*

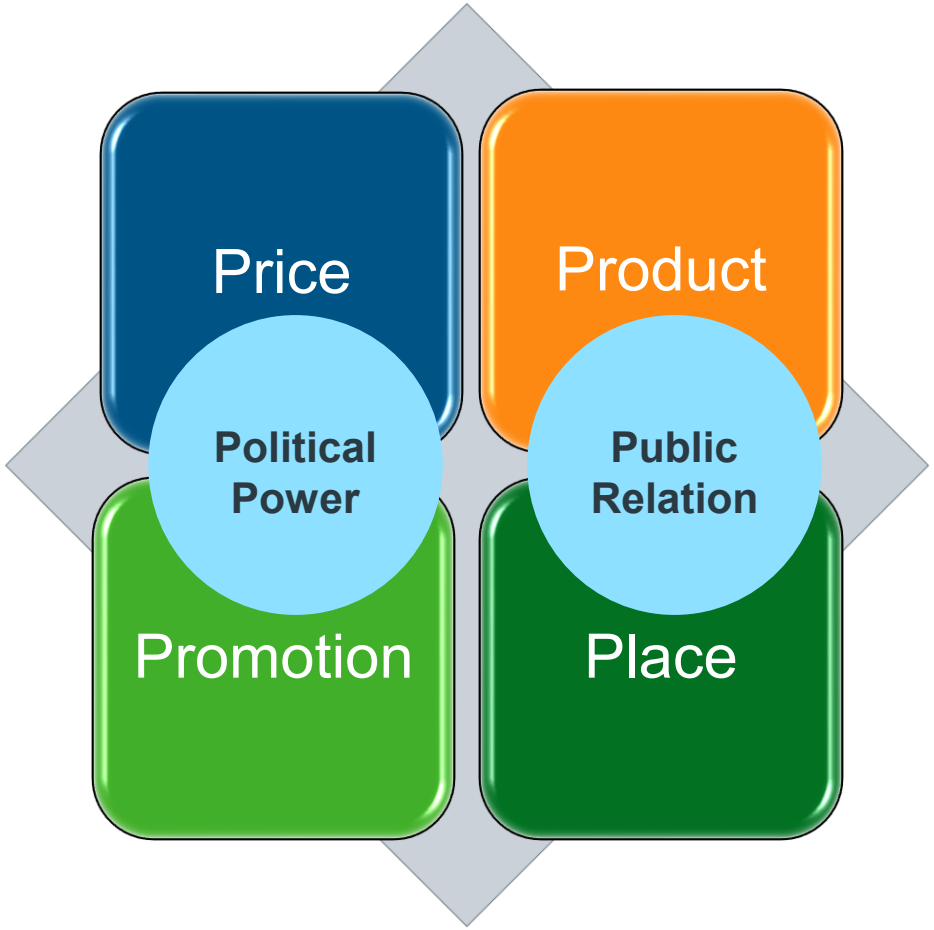
= 1 – это ситуация, при которой изменение цены на 1% вызывает изменение спроса также на 1%. *При единичной эластичности выручка не меняется при изменениях цены.*

# Традиционная модель маркетинга 4P

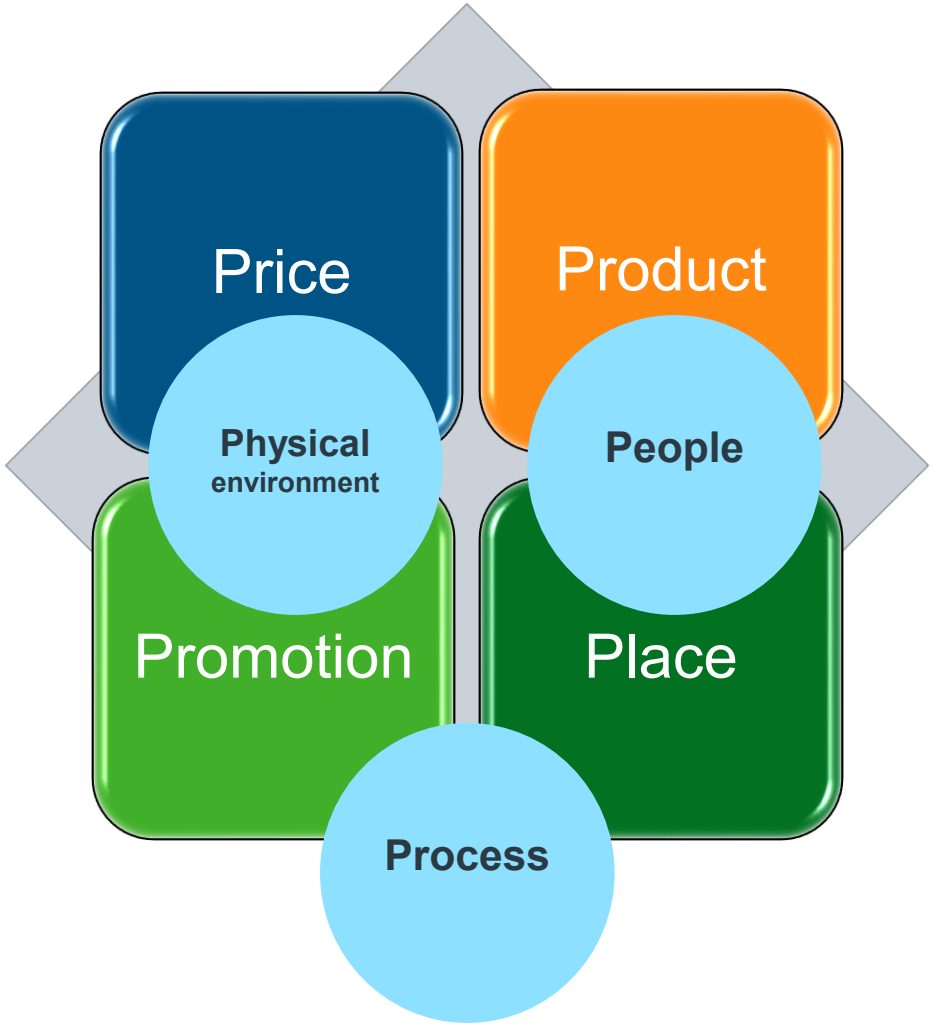
# Маркетинг 5P



# Маркетинг 6P



# Маркетинг 7P



Campaign
CREATIVE
IDEA
IDEAS
Web
PROMOTE
Objectives
Target
SEM
Interactive
Customers
SELL
SEO
Performance
Digital
TECHNOLOGY
Content
MEDIA
Promotion
DYNAMIC
INSPIRATION
Advertising
Marketing
Implementation
Online
Mobile
Growth
TARGET
BRANDING
Solutions
GROWTH
PLACEMENT
Consumer
ANALYSIS

# Практические задачи маркетинговых исследований

- Оценка емкости и перспектив развития рынка
- Выявление причин падения продаж/снижение доли сегмента
- Выявление факторов роста
- Оценка деятельности компании по продвижению ЛП
- Подготовка вывода нового препарата на рынок
- Формирование ассортиментного портфеля ЛП
- Проведение маркетингового аудита