



МЕДИЦИНСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ПЛЕВЕН

ФАКУЛТЕТ „ФАРМАЦИЯ” – ЦЕНТЪР ЗА ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ

КАТЕДРА “ФАРМАЦЕВТИЧНИ НАУКИ И СОЦИАЛНА ФАРМАЦИЯ”

КОНСПЕКТ

ПО „ФАРМАЦЕВТИЧЕН МАРКЕТИНГ”

ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА СЕМЕСТРИАЛЕН ИЗПИТ ПРЕЗ УЧЕБНАТА 2019/2020 ГОД.

1. Маркетинг - дефиниции и основни понятия.
2. Стратегически маркетингови дейности.
3. Тактически маркетингови дейности.
4. Административни маркетингови дейности.
5. Типове маркетингови концепции.
6. Анализ на фармацевтичния пазар.
7. Изследване на конкурентите. Избор на стратегия.
8. Пазарно сегментиране и избор на целеви пазари.
9. Маркетингова стратегия за нови лекарствени продукти.
10. Управление на продуктовото портфолио.
11. Ценови стратегии на фармацевтичните производители.
12. Управление на търговията на едро и дребно с лекарствени продукти.
13. Маркетингова комуникация.
14. Управление на екип от медицински и търговски представители.
15. Контрол и оценка на маркетинговите резултати.
16. Маркетингови подходи в условията на криза.
17. Еволюция на маркетинга. Маркетингови иновации.
18. Вертикален и хоризонтален маркетинг. Приложение във фармацевтичния сектор.
19. Нормативна регулация и контрол на фармацевтичния маркетинг - анализ на регионалните и световни пазари.

Септември 2019 г.

Изготвили:

Проф. Тони Веков, дмн
Доц. Надя Велева, дм