



МЕДИЦИНСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ПЛЕВЕН

ФАКУЛТЕТ „ФАРМАЦИЯ” – ЦЕНТЪР ЗА ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ

КАТЕДРА “ФАРМАЦЕВТИЧНИ НАУКИ И СОЦИАЛНА ФАРМАЦИЯ”

ЗАДАНИЕ ЗА КУРСОВА ЗАДАЧА

ПО УЧЕБНА ДИСЦИПЛИНА „ФАРМАЦЕВТИЧЕН МАРКЕТИНГ”

ЗА СТУДЕНТИ ОТ МУ – ПЛЕВЕН МАГИСТЪРСКА СТЕПЕН

- СПЕЦИАЛНОСТ „ФАРМАЦИЯ” ■
- РЕДОВНА ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ ■

гр. Плевен

2019 год.

Задача 1.

Основа за избор на маркетингова стратегия е познаването на пазара. Отговорите на дадените по-долу въпроси ще Ви покаже доколко познавате пазара на Вашата организация.

1. Какъв е Вашият пазар?

1.1. Опишете профила на Вашия типичен клиент:

- Възраст
- Пол (мъже, жени, и от двата пола)
- Брой членове на семейството
- Годишен доход на семейството
- Местоположение
- Модели на търсене на лекарствени продукти.....
- Причината, поради която купуват лекарствени продукти точно от Вас.....
- Допълнителна информация.....

1.2. Къде е Вашият пазар?

- Опишете географския обхват на Вашия пазар (т.е. локален, областен, регионален, национален, международен и т.н.)
-
- Опишете икономическите характеристики на обслужвания контингент: (неженени, семейни, средни доходи, брой деца, и т.н.)

1.3. Обем на Вашия пазар?

- Обща продукция в единици или легова равностойност
- Пазарен дял:
 - Нарастващ
 - Стабилизиран
 - Намаляващ.....
- Ако пазарният Ви дял нараства, годишен темп на нарастване

ИЗГОТВИЛ:

/доц. Надя Велева, дм/