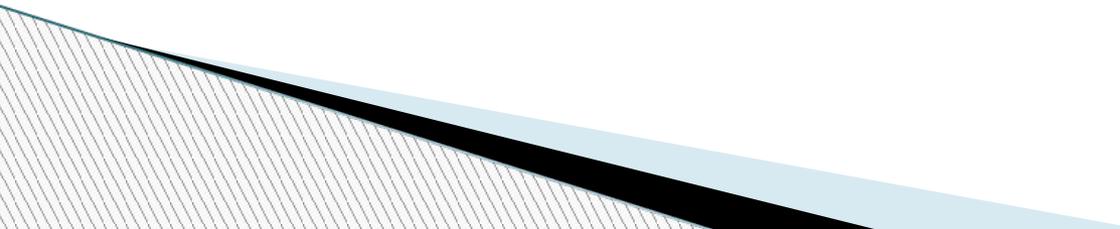


# ЛЕКЦИЯ

на тему: «Новейший маркетинг в фармации  
и его основные направления»

Подготовила: доцент Райкова Т.С.

## План лекции:

- Основные характеристики маркетинга в фармации
  - Аутсорсинг и его направления в сферах деятельности
  - Бенчмаркинг и его виды в фармации
  - Нейминг в деятельности фармацевтических предприятий
- 

## Цель лекции

- ▣ обобщить и закрепить системные знания о маркетинге в фармации, изучить основные предпосылки новейшего маркетинга и его составляющих направлений.

# ВЗАИМОСВЯЗЬ МАРКЕТИНГА С МЕНЕДЖМЕНТОМ

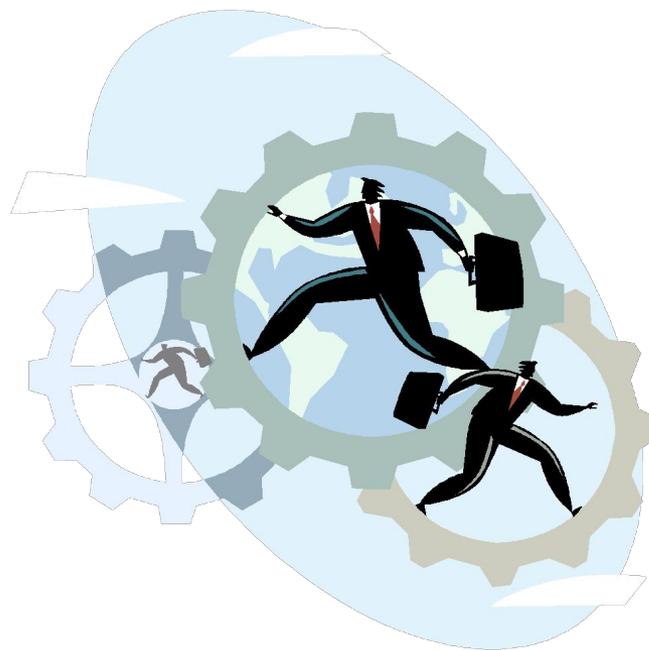


# ВЗАИМОСВЯЗЬ МАРКЕТИНГА С ФИНАНСАМИ



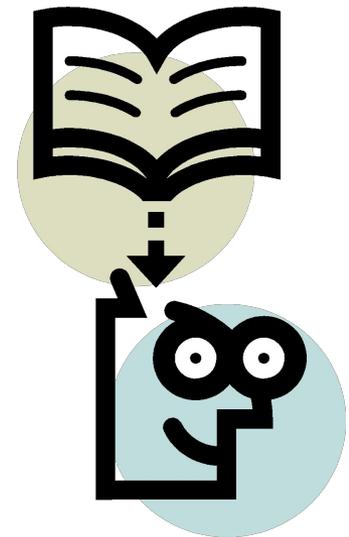
***Тезис современного маркетолога:***

***«разработай новый продукт и создай на него потребность»***



## **АУТСОРСИНГ – OUTSOURCING – «за пределами»**

- ▣ Основной принцип аутсорсинга – «оставляю себе только то, что могу делать лучше других, передаю внешнему исполнителю то, что он делает лучше других»**



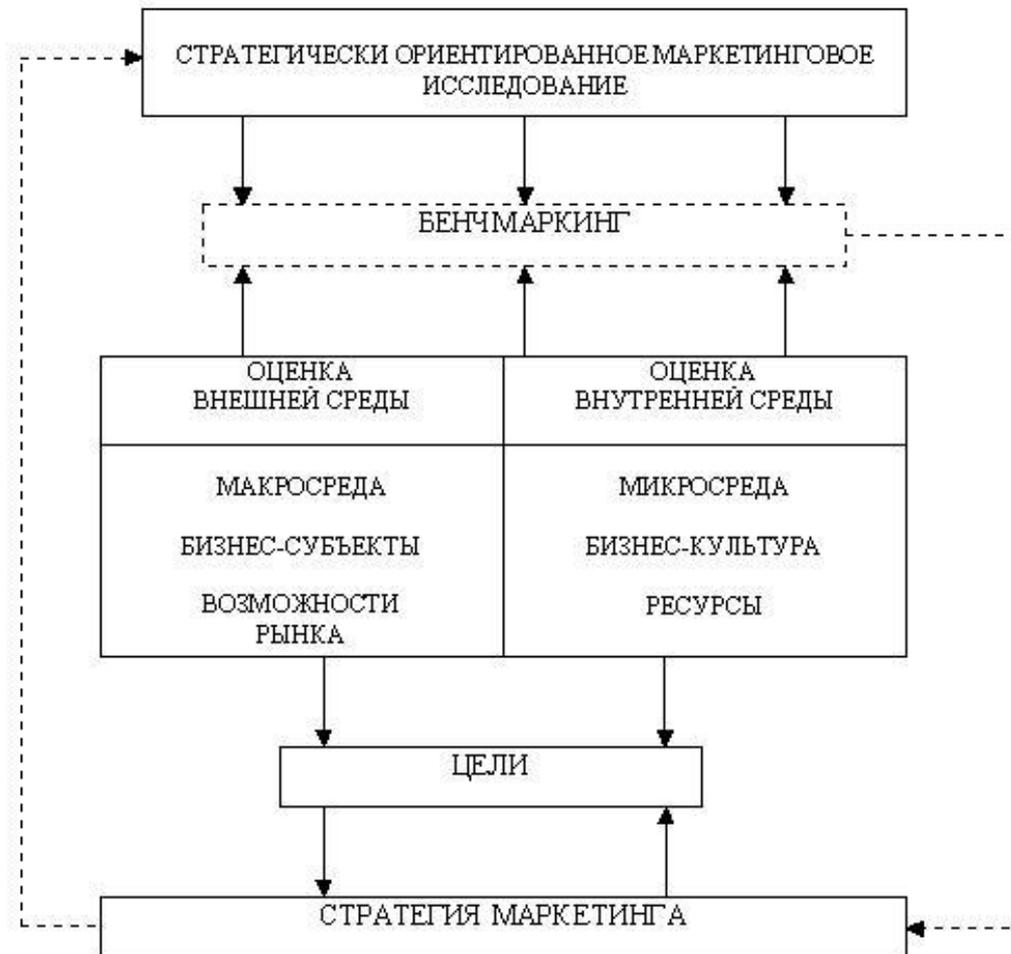


# БЕНЧМАРКИНГ – BENCHMARK - «начало отсчета», «контрольная точка»

- ▣ Бенчмаркинг представляет собой искусство обнаружения того, что другие делают лучше нас и изучение, усовершенствование и применение их методов работы.



# Разработка стратегии маркетинга на базе бенчмаркингового подхода



## **НЕЙМИНГ - TO NAME - «называть, давать имя»**

- ▣ *Понятие нейминг включает в себя создание фирменных названий организаций, торговой марки, выбор фирменного цвета.*



Для разработки качественного названия  
учитывают целый ряд аспектов

маркетинговый

лингвистический

креативный

юридический

**Спасибо за внимание!**

