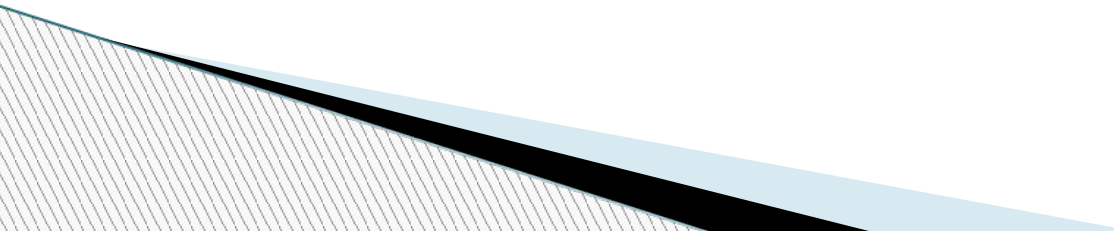


ЛЕКЦИЯ

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
- 

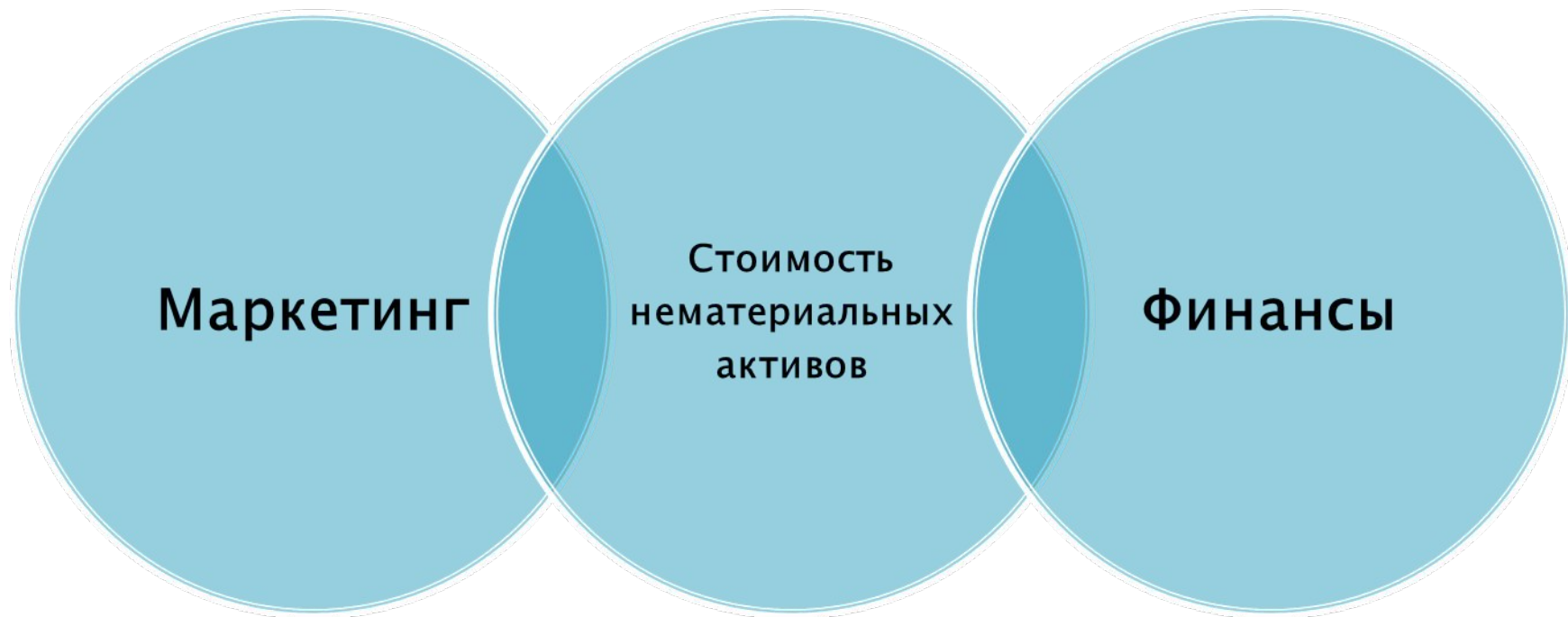
Цель лекции

- ▣ 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



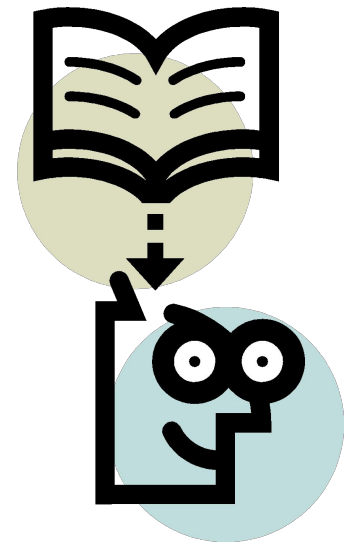
Тезис современного маркетолога:

«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»**



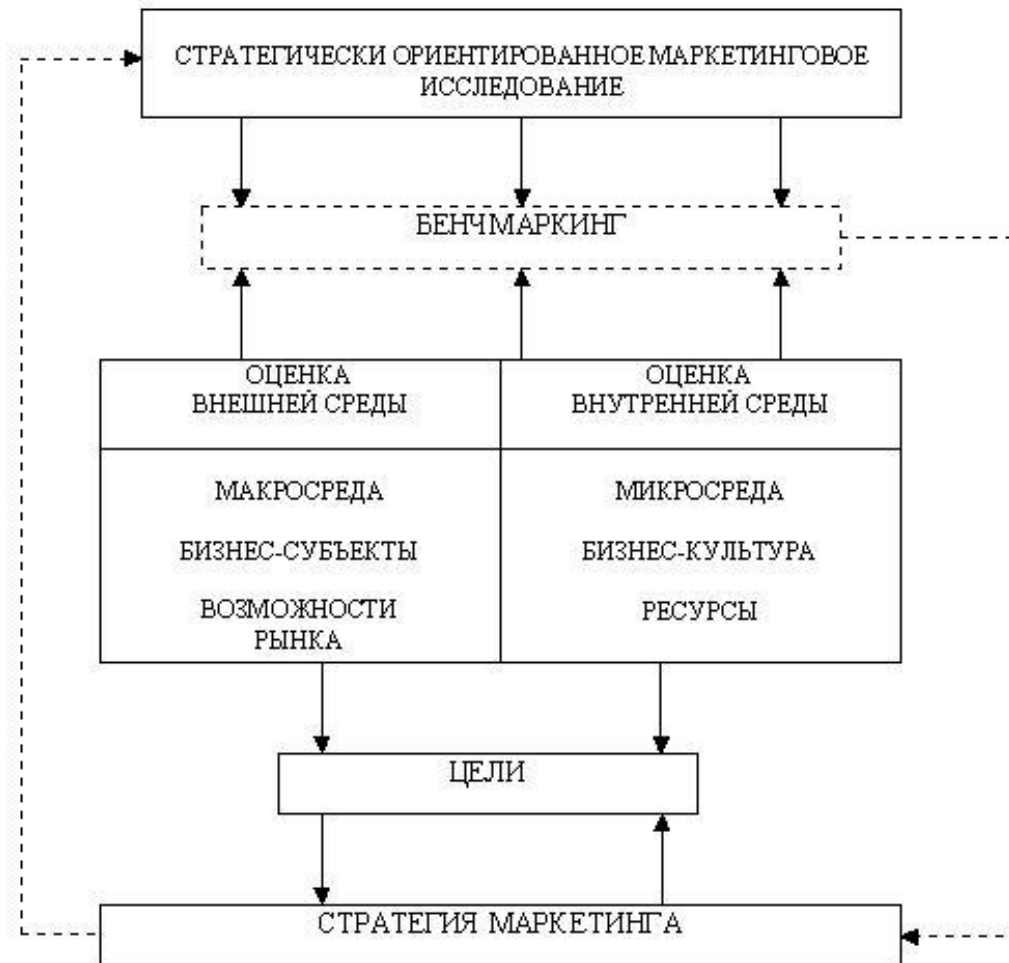


БЕНЧМАРКИНГ – BENCHMARK - «начало отсчета», «контрольная точка»

- ▣ 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!

