

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА:

ВЗГЛЯД В ПРОШЛОЕ

1999 – 2001

Олег Фельдман

Региональная общественная организация

"Гильдия специалистов фармацевтического маркетинга"

является основанным на членстве независимым общественным объединением, зарегистрированным в качестве юридического лица 31 марта 2000 года главным управлением юстиции города Москвы №13276.

**Общественная организация имеет знак обслуживания:
«РАФМ — Российская Ассоциация Фармацевтического
Маркетинга»®.**

Юридический статус

Предпосылки к созданию ассоциации

- **Охватить максимально возможное количество тем, имеющих отношение к практическому маркетингу**
- **Осуществлять свою деятельность максимально открыто, обеспечивая возможность донести мнение любого участника рынка до общественности**
- **Оставаться структурой, независимой от любых субъектов рынка и их деятельности**

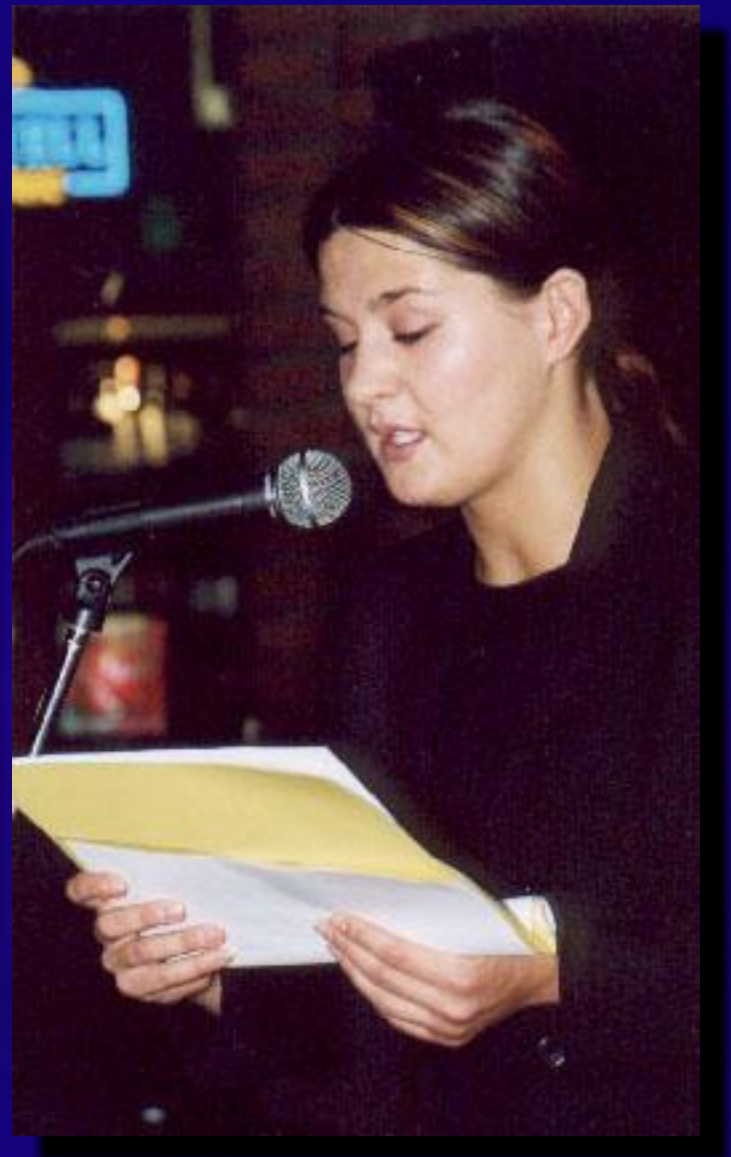
Задачи и стиль работы Ассоциации

















**За период с апреля 1999 года по октябрь 2001 года
Ассоциацией было проведено:**

- 13 заседаний**
- 1 круглый стол в рамках конкурса «Платиновая унция»**

Всего было заслушано 52 доклада

«Практика маркетинга: возможности, потребности, проблемы»

16 апреля 1999 г.

«Российский фармацевтический рынок: подходы к определению объема и прогнозирование динамики его развития»

1 июня 1999 г.

«Жизненный цикл продукта и определяющие факторы»

26 августа 1999 г.

«Достоверность информации о фармацевтическом рынке»

7 октября 1999 г.

Темы заседаний

«Особенности российского национального фармацевтического рынка»

14 декабря 1999 г.

«Технология продвижения продукта»

16 февраля 2000 г.

«Практические аспекты составления и использования справочников и классификаторов лекарственных средств»

14 апреля 2000 г.

«Интернет в фармацевтическом бизнесе».

6 июня 2000 г.

Темы заседаний

**В рамках мероприятий, проводимых конкурсом
«Платиновая унция» совместно с оргкомитетом конкурса
18 сентября 2000 г. была проведена совместная
конференция на тему :**

**«Розничные продажи лекарственных препаратов:
проблемы и перспективы развития»**

Темы заседаний

«Медицинские представители в системе продвижения лекарственных средств на рынок»

28 ноября 2000 г.

«Фармакоэкономика и конечный потребитель лекарственных препаратов»

27 февраля 2001 г.

«Интегрированные маркетинговые коммуникации»

15 марта 2001 г.

«Оценка объемов фармацевтического рынка и рыночных сегментов. Методические основы, текущая динамика и прогностические оценки»

19 апреля 2001г.

Темы заседаний

«Фармацевтический рынок и реклама лекарственных препаратов»

19 июня 2001 г.

«Кадровые проблемы, кадровая политика фармацевтических компаний»

20 сентября 2001 г.

«Формирование ассортиментной политики дистрибьютора»

АНОНС! 15 ноября 2001 г

Темы заседаний

- Ассоциацией интересуются
- Заседаний ассоциации ждут
- Координационные Советы превратились в высокопрофессиональные «посиделки»
- Ассоциация способствовала налаживанию контактов, знакомству менеджеров, переходу к практическому взаимодействию
- К рынку стали более внимательно относиться рекламные, кадровые, исследовательские и PR-агентства («он уважать себя заставил...»)

Основные достижения

Благодарность газете

«Фармацевтический вестник»

за регулярное освещение деятельности

РАФМ

Добро пожаловать на сайт

WWW.RAFM.RU