

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.*



Спасибо за внимание!