

5. КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ЛЕКЦИОННЫХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Неде ля	Название темы	Количес тво часов:	Баллы	Количество часов:	Баллы
1. -ая недел я	Введение в маркетинг. Маркетинг в здравоохранении. История развития фармацевтического маркетинга. Предпосылки и история становления маркетинга. Определение маркетинга.	2	10	2	10
2. -ая недел я	Основные категории маркетинга. Особенности фармацевтического маркетинга. Особенности услуги как товара. Рынок как категория маркетинга.	2	10	2	10
3. -ая недел я	Основные концепции маркетинга. Ситуационный (SWOT) анализ. Стратегическое и тактическое планирование. Маркетинговый контроль.	2	10	2	10
4. -ая недел я	Маркетинговый комплекс и его составляющие. Разработка товара. Формирование цены. Мерчандайзинг в аптечных учреждениях. Место распределения товара и система его продвижение. Основные направления стимулирования сбыта. Связи с общественностью. Реклама.	2	10	2	10
5. -ая	Организация службы маркетинга. Удовлетворенность потребителя и высокое качество	2	10	2	10

	<i>недел я</i>	услуг как критерий эффективности работы маркетинговой службы.				
.	<i>-ая недел я</i>	Международный маркетинг. Тактика выхода на международный рынок. Сегментирования рынка лекарственных препаратов.	2	10	2	10
.	<i>-ая недел я</i>	Предпринимательский риск и пути его снижения. Руководство в организации. Лидерство. Особенности лидерских качеств в фармацевтических организациях.	2	10	2	10
.	<i>-ая недел я</i>	Маркетинговые среды. Сущность фармацевтического маркетинга. Содержание и задачи фармацевтического маркетинга.			2	10
.	<i>-ая недел я</i>	Маркетинговые исследования. Понятие о маркетинговой информации и источниках его получения.			2	10
0.	<i>0-ая недел я</i>	Виды и методы маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования в фармацевтической деятельности.			2	10
1.	<i>1-ая недел я</i>	Товароведческая характеристика критериев номенклатуры и ассортимента. Товароведение медицинских и фармацевтических товаров.			2	10
Всего:			14 часа	10 б.	22 ч.	10 .