

## **ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ по дисциплине**

### **«Современный фармацевтический рынок»**

1. Изменения фармацевтического рынка в условиях модернизации законодательной и нормативно- правовой базы.
2. Маркетинговая политика отечественных производителей лекарственных препаратов.
3. Маркетинговая политика зарубежных производителей лекарственных препаратов.
4. Определение тенденций и стратегических перспектив развития фармацевтических производителей на отечественном фармацевтическом рынке.
5. Тенденции развития оптового звена фармацевтического рынка России.
6. Аптечный сектор российского фармацевтического рынка. Состояние и перспективы
7. Социальная ответственность субъектов фармацевтического рынка.
8. Конкуренция на фармацевтическом рынке.
9. Перспективы внедрения лекарственного страхования.
10. Основные события на фармацевтическом рынке за предыдущий год.
11. Состояние мирового фармацевтического рынка. Тенденции развития.
12. Состояние отечественного фармацевтического рынка. Тенденции развития.
13. Фармацевтические рынки стран СНГ.
14. Характеристика факторов, влияющих на развитие фармацевтического рынка.
15. Роль фармацевтических производителей на фармацевтическом рынке. Развитие фармкластеров.
16. Дистрибьюторы на фармацевтическом рынке.
17. Аптечные сети, их роль на фармацевтическом рынке.
18. Состояние мирового фармацевтического рынка. Тенденции развития.
19. Состояние отечественного фармацевтического рынка. Тенденции развития.
20. Фармацевтические рынки стран СНГ.
21. Характеристика факторов, влияющих на развитие фармацевтического рынка.
22. Роль фармацевтических производителей на фармацевтическом рынке. Развитие фармкластеров.
23. Дистрибьюторы на фармацевтическом рынке.
24. Аптечные сети, их роль на фармацевтическом рынке.
25. Бизнес-модель: определение, суть, цель создания
26. История развития бизнес-моделей
27. Схематическое представление бизнес-модели. Канва бизнес-модели А. Остервальда
28. Стратегии, обуславливающие рост компании
29. Концепция ТФМ (тренды, факторы, бизнес-модели)

30. Бизнес-модели в фармацевтической отрасли. Стратегии формирования портфеля препаратов
31. Бизнес-модели, обеспечивающие движение от производителя к потребителю: производитель, дистрибьютор, аптек.
32. Интеграционные процессы на фармацевтическом рынке.
33. Основные компании – участники слияний и поглощений.