

Министерство здравоохранения РФ
ГБОУ ВПО САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
ХИМИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ

Кафедра управления и экономики фармации

Методические указания для самостоятельной работы

аспирантов по дисциплине

«Современный фармацевтический рынок»

Направление подготовки 33.06.01 «Фармация»

Санкт-Петербург

2014 год

Подготовка рефератов, презентаций и докладов по разделам:

№	Раздел дисциплины	Темы докладов
1	<p>Фармацевтический рынок РФ. Общая характеристика. Показатели. Факторы. Субъекты. Сегменты. Исследовательские компании.</p>	<p>Состояние мирового фармацевтического рынка. Тенденции развития. Состояние отечественного фармацевтического рынка. Тенденции развития. Фармацевтические рынки стран СНГ. Характеристика факторов, влияющих на развитие фармацевтического рынка. Роль фармацевтических производителей на фармацевтическом рынке. Развитие фармкластеров. Дистрибьюторы на фармацевтическом рынке. Аптечные сети, их роль на фармацевтическом рынке.</p>
2	<p>Бизнес-модели, реализуемые субъектами современного фармацевтического рынка.</p>	<p>Бизнес-модель: определение, суть, цель создания История развития бизнес-моделей Схематическое представление бизнес-модели. Канва бизнес-модели А. Остервальда Стратегии, обуславливающие рост компании Концепция ТФМ (тренды, факторы, бизнес-модели) Бизнес-модели в фармацевтической отрасли. Стратегии формирования портфеля препаратов Бизнес-модели, обеспечивающие движение от производителя к потребителю: производитель, дистрибьютор, аптек</p>
3	<p>Глобализация, интеграция. Слияния и поглощения на фармацевтическом рынке.</p>	<p>Интеграционные процессы на фармацевтическом рынке. Основные компании – участники слияний и поглощений.</p>

4	<p>Фармацевтические рынки развитых и развивающихся стран (на примере стран Зап. Европы, США, Японии, Китая, Индии и др.).</p>	<p>Подготовка презентации по одной из стран (по выбору):</p> <p>Германия, Франция, Италия, Португалия, Испания, Чехия, Польша, США, Япония, Китай, Индия, Австралия).</p> <p>План:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Краткая социально-экономическая характеристика страны и системы здравоохранения. 2. Общие показатели фармрынка 3. Структура, характеристика субъектов и сегментов. 4. Номенклатура лекарственных препаратов. 5. Система лекарственного обеспечения ЛС

Общие требования

к реферату:

1. Шрифт 14 птн, Times New Roman
2. Объем не менее 30 страниц.
3. Ссылок на источники не менее 15.
4. Наличие рисунков и графиков.

к презентации:

Не менее 20 слайдов.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

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.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

А) основные информационные источники:

1. ФЗ «Об обращении лекарственных средств» от 12.04.2010 г. № 61-ФЗ

Сайты:

<http://www.remedium.ru> - портал представляет самую актуальную информацию о рынке лекарств и медицинского обеспечения

<http://www.dsm.ru> – сайт компании DSM-group, представляющей оперативную и аналитическую информацию о состоянии фармацевтического рынка

<http://www.pharmexpert.ru> – сайт компании «Фармэксперт» - информационно-аналитическая компания, сферой деятельности которой является создание аналитических продуктов по российскому фармацевтическому рынку.

Б) Дополнительная литература

1. Анурин В., Муромкина И., Евтушенко Е. Маркетинговые исследования потребительского рынка. // СПб, Изд-во Питер, - 2006.- 272 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. М., Издат-во Вильямс. -2006 г.
3. Амстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг. - М.: Вильямс, 2000. - 638 с.
4. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг./перв. с англ. под ред. В.Б.Колчанова.- СПб.: Питер, 2004. – 800 с.
5. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива./ перв. с франц.- СПб.: Наука, 1996. – 589 с.
6. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии. - СПб.: Питер, 2002. - 544 с.
7. Юданов А.Ю., Вольская Е.А., Ишмухаметов А.А., Денисова М.Н. Фармацевтический маркетинг. - М.:Ремедиум, 2007. - с. 589.

8. Гетьман М. Большая Фарма. - М.: Литтера, 2003. - 312 с.
9. Трофимова Е.О. Вопросы стратегического маркетинга в фармацевтике. - М.: Ремедиум, 2006. - 247 с.
10. Смит М. Фармацевтический маркетинг: Принципы, среда, практика. - М.: Литтера, 2005.
11. Джеймс Б.Дж. Настольная книга по фармацевтическому маркетингу. – М.: Литтера, 2005.
12. Журналы «Фармация», «Новая аптека», «Фармацевтический вестник», «Ремедиум»