

КУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

БИБЛИОТЕКА

ОТДЕЛ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

# ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

ВИРТУАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА

2022



# Содержание выставки

Издания из  
библиотечного фонда КГМУ



---

доступно для авторизированных пользователей  
после регистрации с компьютеров университета на  
платформе <https://www.studentlibrary.ru/>

---

КОНСУЛЬТАНТ СТУДЕНТА  
Электронно-библиотечная  
система



---

доступно для авторизированных пользователей  
после регистрации с компьютеров университета на  
платформе <https://www.iprbookshop.ru/>

---

Цифровой образовательный  
ресурс *IPR SMART*



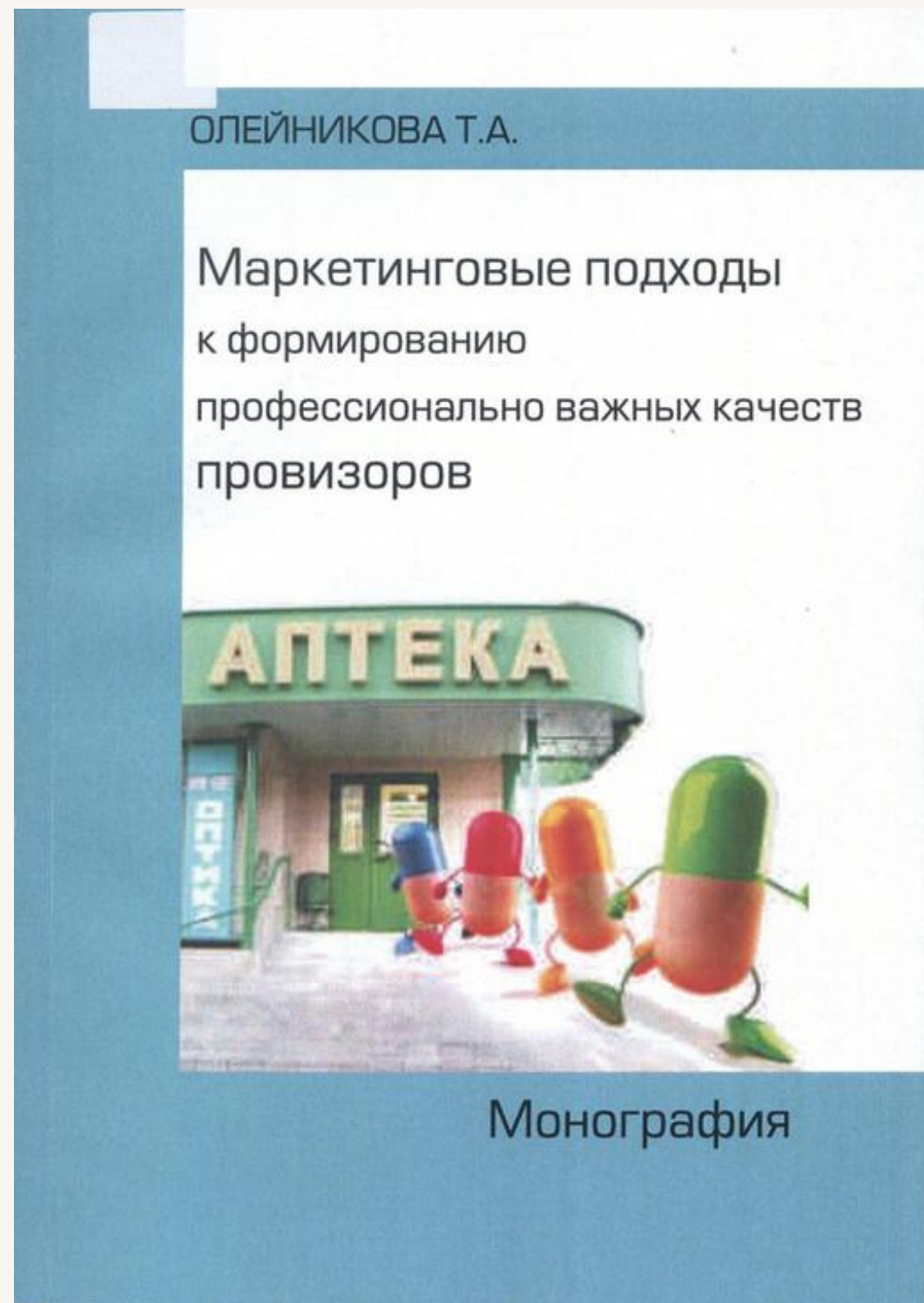
---

Доступ к ресурсам возможен после регистрации на  
официальном сайте:  
Адрес ресурса: <http://elibrary.ru>

---



## Издания из библиотечного фонда КГМУ



615.1

0-53

Олейникова, Т. А. Маркетинговые подходы к формированию профессионально важных качеств провизоров : монография / Т. А. Олейникова ; Курский государственный медицинский университет. - Курск : КГМУ, 2020 (Литера). - 182 с. : ил., табл.

В монографии рассмотрены состояние и тенденции развития кадрового обеспечения фармацевтической отрасли, изучена значимость карьерных ориентаций как фактора профессионального" самоопределения, уровень сформированности профессионально важных качеств обучающихся, необходимых для становления конкурентоспособного специалиста в условиях современной экономики.

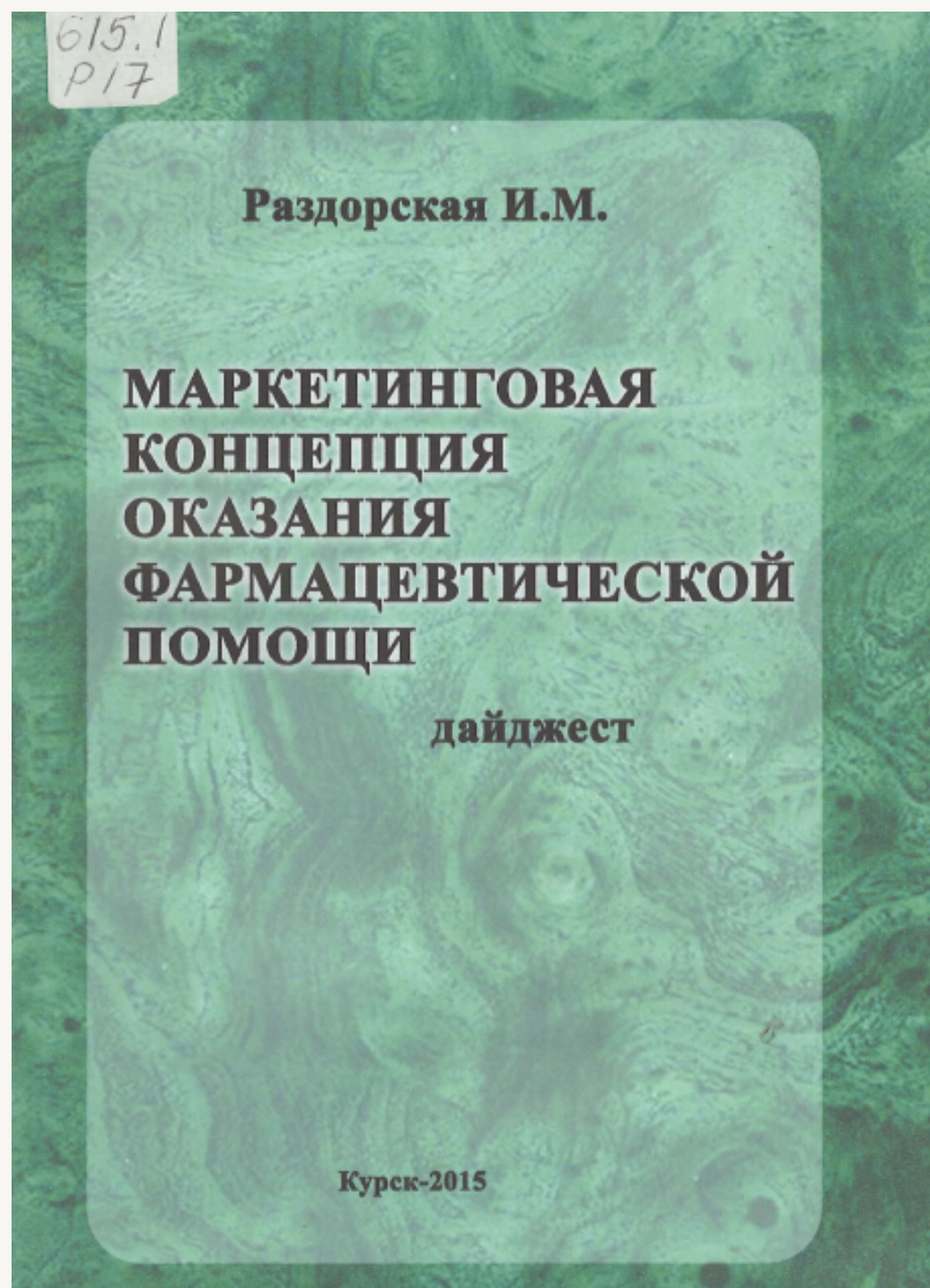




---

## Издания из библиотечного фонда КГМУ

---



615.1

Р 17

Раздорская, И. М. Маркетинговая концепция оказания фармацевтической помощи : дайджест / И. М. Раздорская ; Курский государственный медицинский университет. - Курск : [б. и.], 2015. - 194 с.

---

Книга дает будущим и нынешним руководителям знания, необходимые для решения актуальных проблем фармацевтического маркетинга, акцентируется внимание на ключевых вопросах маркетинга : маркетинг и предпринимательская деятельность, аптечный спрос с позиции удовлетворенности клиента, ассортимент и управление запасами, методы формирования ценовой политики.



## Издания из библиотечного фонда КГМУ



615.1

Д 73

Дремова, Н. Б. Стратегические направления развития ассортиментной политики аптечной организации - методические подходы : учебно-методическое пособие / Н. Б. Дремова, И. Н. Совершенный ; Курский государственный медицинский университет, кафедра экономики и управления здравоохранением. - Курск : Изд-во КГМУ, 2011. - 198 с. : ил.

В пособии рассмотрены основные маркетинговые методы, применение которых в практической деятельности позволит разрабатывать стратегии по формированию ассортиментной политики аптечных организаций





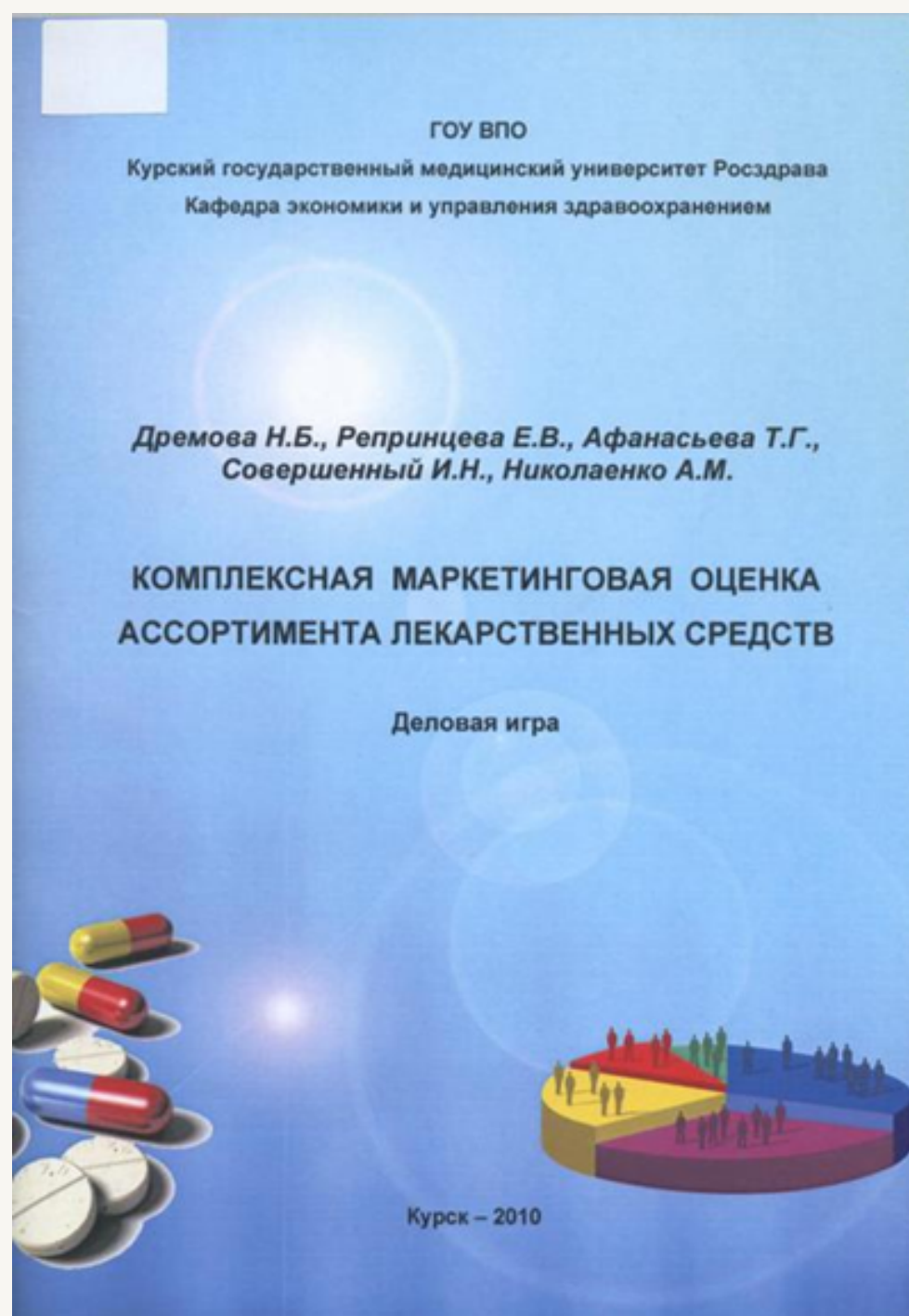
## Издания из библиотечного фонда КГМУ

615.1

К 63

Комплексная маркетинговая оценка ассортимента лекарственных средств : деловая игра / Н. Б. Дремова [и др.] ; Курский государственный медицинский университет, кафедра экономики и управления здравоохранением. - Курск : [б. и.], 2010 (ЦР "Лоцман"). - 84 с. : рис., табл.

В системе лекарственного обращения неотъемлемой частью деятельности медицинских и фармацевтических организаций является маркетинговая оценка ассортимента, которая служит основой для формирования их товарноассортиментной политики. Данная деловая игра основана на разработанной авторами концепции маркетинговой оценки ассортимента лекарственных средств, включает алгоритм проведения таких исследований, варианты сквозных практических ситуаций.





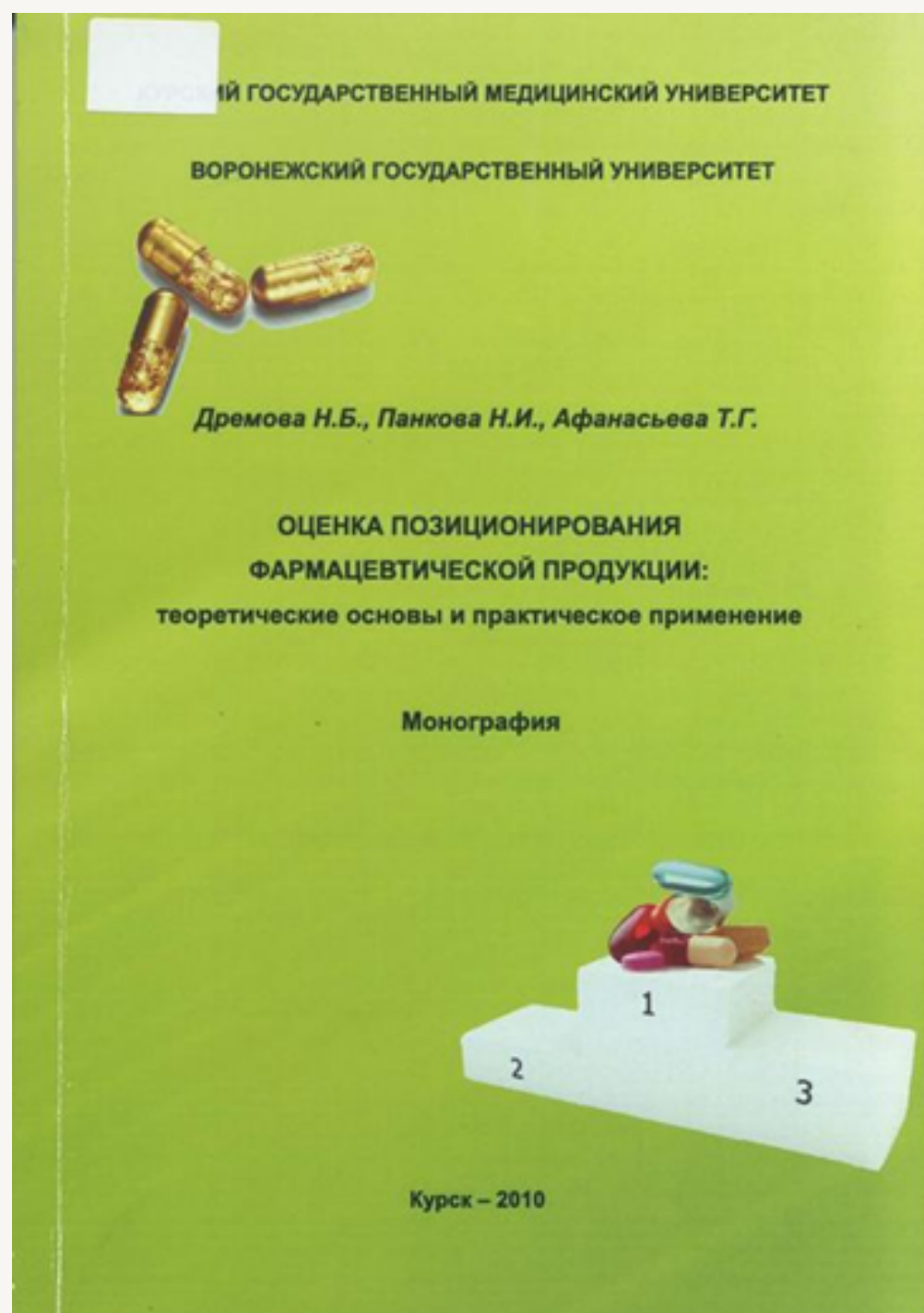
## Издания из библиотечного фонда КГМУ

615.1

Д 73

Дремова, Н. Б. Оценка позиционирования фармацевтической продукции: теоретические основы и практическое применение : монография / Н. Б. Дремова, Н. И. Панкова, Т. Г. Афанасьева ; Курский государственный медицинский университет, Воронежский государственный университет. - Курск : [б. и.] ; Воронеж : Антарес, 2010. - 175 с. : рис., табл.

В монографии, подготовленной на основе литературных сведений, а также результатов исследований, проведенных на кафедре экономики и управления здравоохранением Курского государственного медицинского университета обсуждены теоретические и методические вопросы позиционирования, в том числе концепции зарубежных и отечественных экономистов и маркетологов.





---

## Издания из библиотечного фонда КГМУ

---

615.1

Д 73

Дремова, Н. Б. Маркетинг в аптеке: шаг за шагом : практическое руководство / Н. Б. Дремова. - Москва : МЦФЭР, 2008. - 196 с.

---

Книга знакомит с теоретическими основами маркетинга, его особенностями в фармации, маркетинговыми концепциями и их применением в практике маркетолога аптечного предприятия. Материал изложен в форме тренинга по сквозному кейсу рыночной ситуации лекарственного средства "Эссливер форте". Показан пример технологии различных методов и методических подходов маркетингового анализа, интерпретации полученных результатов, составления плана маркетинга.



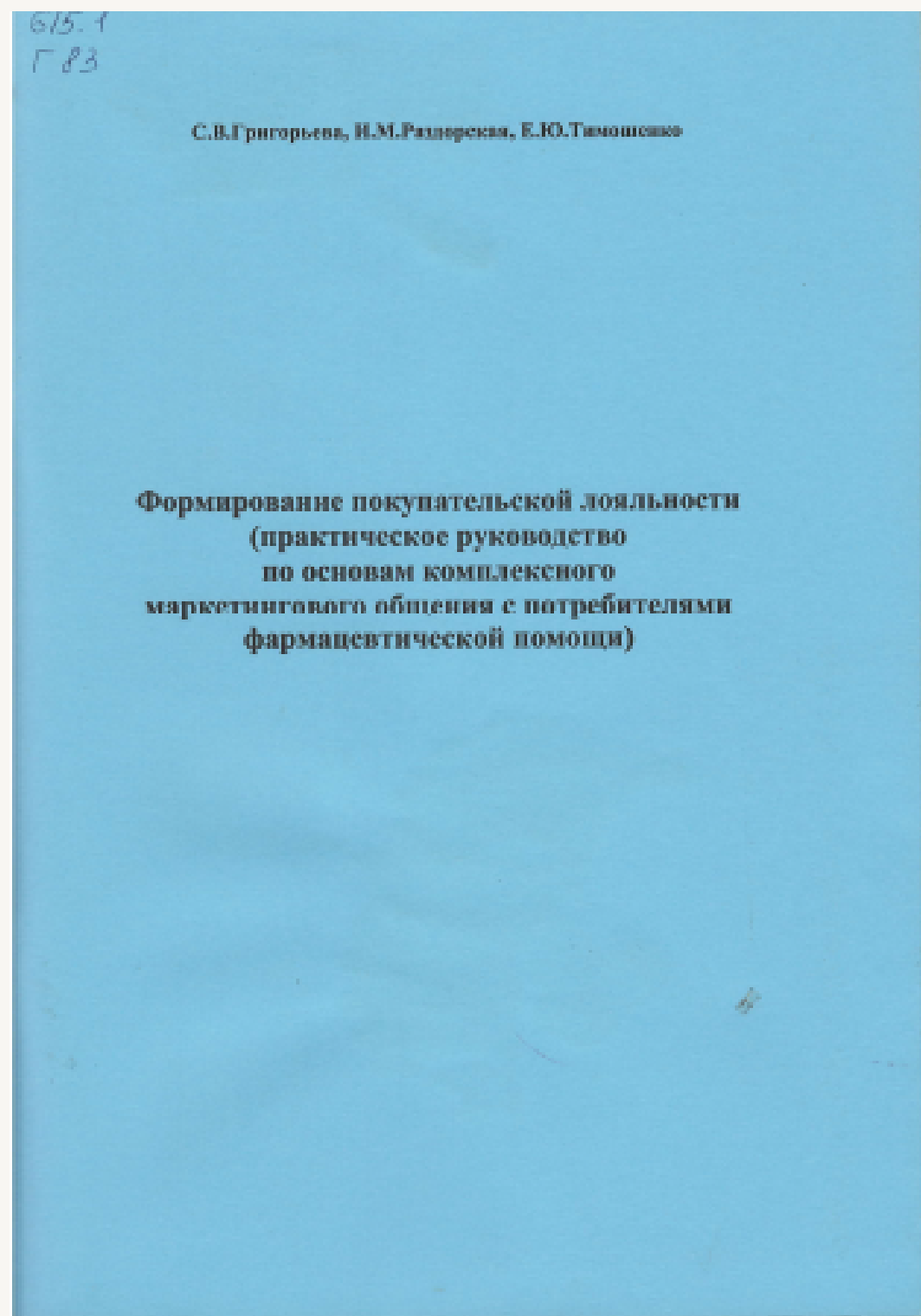




---

## Издания из библиотечного фонда КГМУ

---



615.1

Г 83

Григорьева, С. В. Формирование покупательской лояльности : практическое руководство по основам комплексного маркетингового общения с потребителями фармацевтической помощи / С. В. Григорьева, И. М. Раздорская, Е. Ю. Тимошенко ; Курск. гос. мед. ун-т. - Липецк : Липец. газета, 2008. - 128 с. : рис.

---

Целью настоящего руководства является формирование методических основ общения фармацевтического работника с "проблемными" пациентами, формирование основ управления взаимоотношениями с посетителями с целью обеспечения согласия и формирования лояльности к фармацевтической организации.



---

## Издания из библиотечного фонда КГМУ

---



615.12

Э 94

Эффективные продажи фармацевтических препаратов / ред.-сост. Ю. А. Крестинский, В. А. Мефодовский, Т. В. Кублицкая. - Москва : Литтерра, 2007. - 194 с.

---

Сборник посвящен специфике продаж на фармацевтическом рынке, представлены материалы об эффективной корпоративной стратегии. На основе кейсов разобраны типичные ошибки, возникающие при организации продаж фармпрепаратов и пути их преодоления



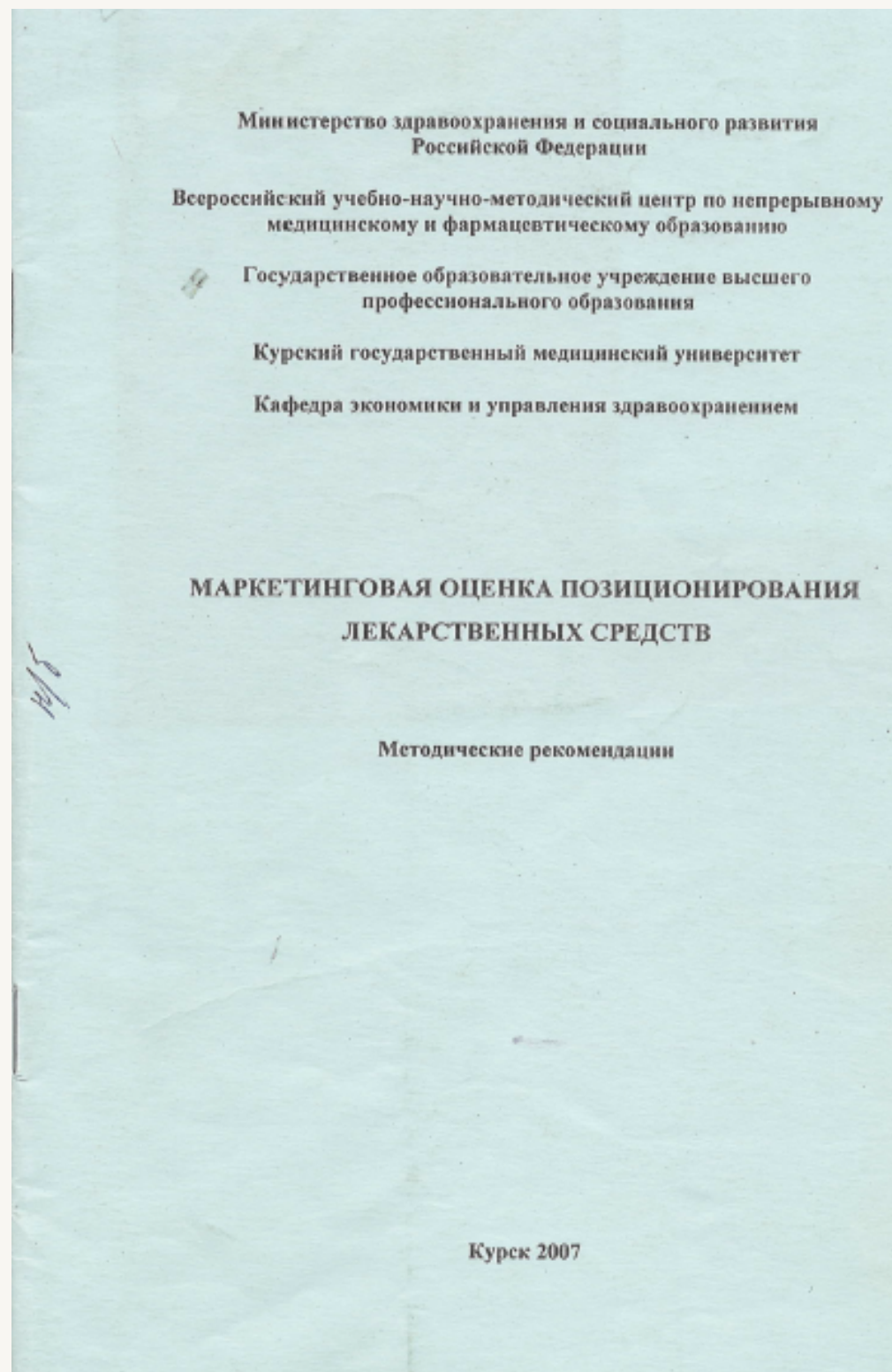
## Издания из библиотечного фонда КГМУ

615.1

М 26

Маркетинговая оценка позиционирования лекарственных средств : методические рекомендации / Н. Б. Дремова, Е. В. Репринцева, Н. И. Панкова, Т. Г. Афанасьева ; Курский государственный медицинский университет, кафедра экономики и управления здравоохранением. - Курск : Изд-во КГМУ, 2007. - 39 с.

Для увелечения продаж лекарственных средств в конкретной фармацевтической организации или в целом на рынке могут оказать исследования, направленные на оценку позиционирования ассортимента конкретной группы препаратов. Методические рекомендации содержат концепцию маркетинговой оценки позиций ассортимента лекарственных средств российского фармацевтического рынка.







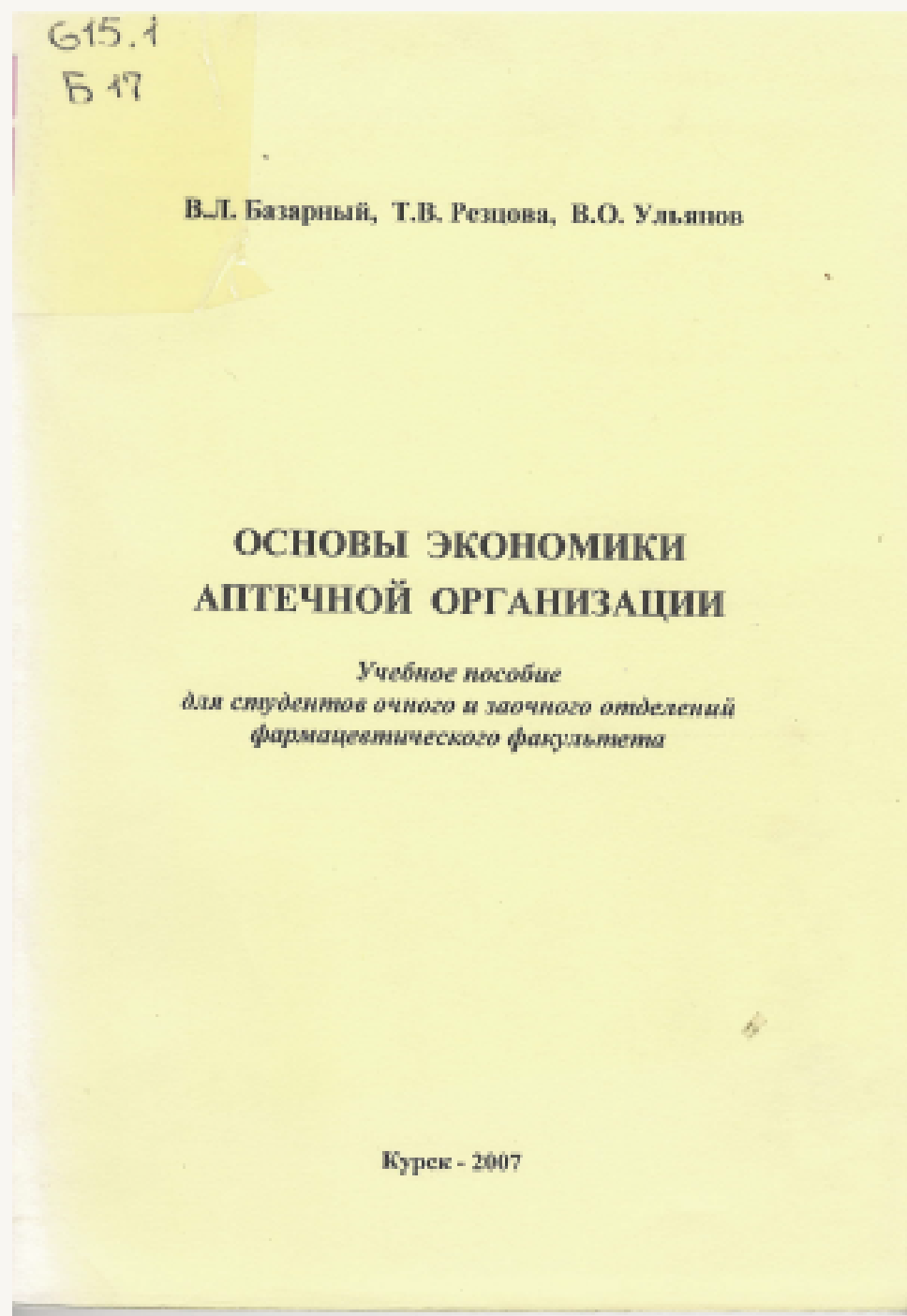
## Издания из библиотечного фонда КГМУ

615.1

Б 17

Базарный, В. Л. Основы экономики аптечной организации : учебное пособие для студентов очного и заочного отделений фармацевтического факультета / В. Л. Базарный, Т. В. Резцова, В. О. Ульянов ; Курский государственный медицинский университет. - Курск : Изд-во КГМУ, 2007. - 126 с.

В основных разделах пособия освещены теоретические основы экономического анализа, его виды, раскрываются методики выявления и расчета товарооборота, товарных запасов, валового дохода, издержек обращения и прибыли аптечных организаций. Один из разделов Главы III раскрывает вопросы маркетингового анализа ассортимента.





## Издания из библиотечного фонда КГМУ



615.1

Т 31

Тельпуховская, Н. М. Рецепты успешных продаж в аптеке / Н. М. Тельпуховская. - 2-е изд. - Москва : МЦФЭР, 2006. - 223 с. : ил.

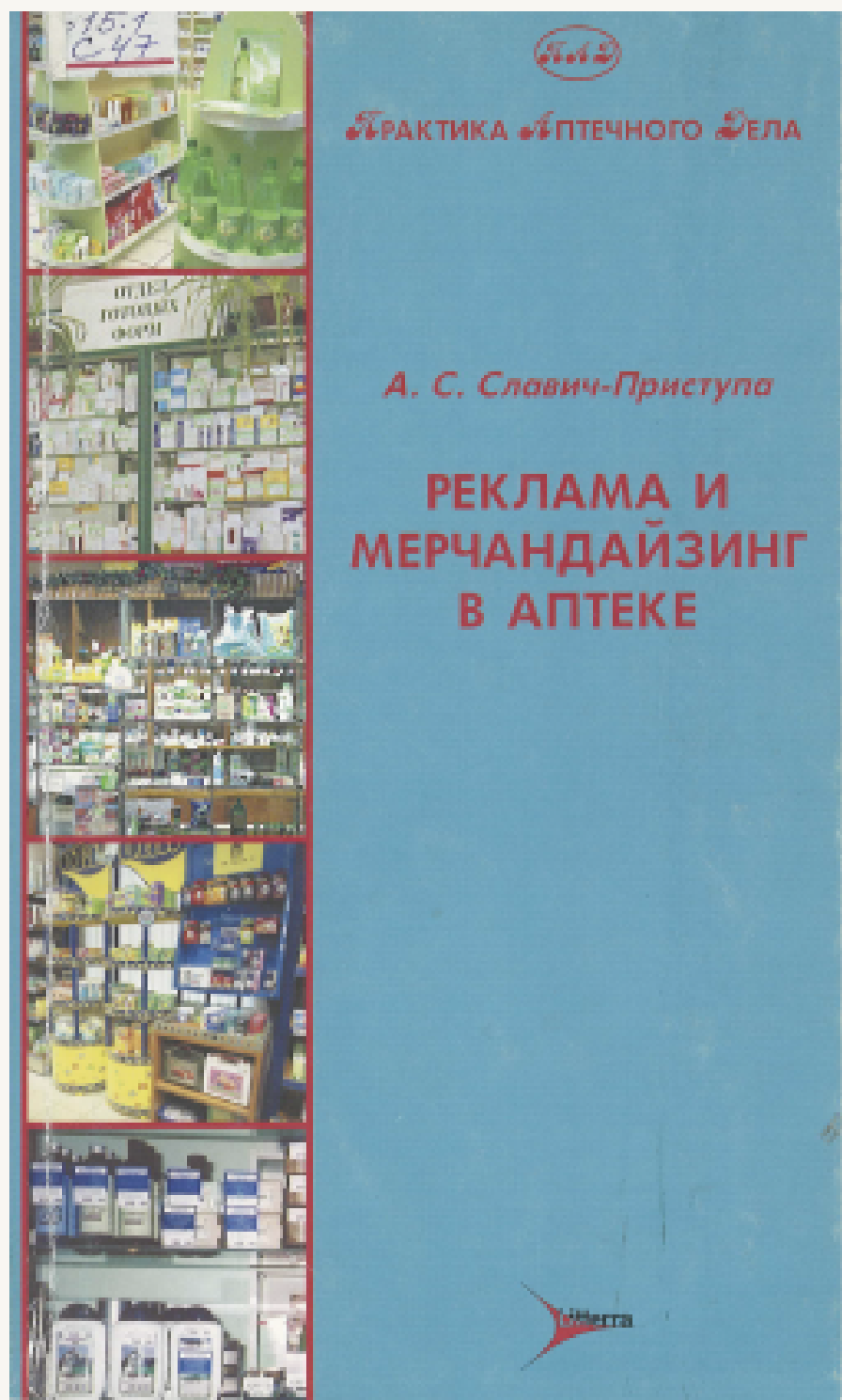
Книга рассказывает о ключевых факторах успеха, программах самосовершенствования, качествах, необходимых для эффективной работы, типах покупателей и новых методиках их привлечения.



---

## Издания из библиотечного фонда КГМУ

---



615.1

С 47

Славич-Приступа, А. С. Реклама и мерчандайзинг в аптеке / А. С. Славич-Приступа. - Москва : Литтерра, 2006. - 80 с. - Практика аптечного дела.

---

Рассмотрены виды рекламы и менчандайзинга, наиболее эффективные для большинства типичных аптек и аптечных сетей. Рассмотрены ключевые методы наружной рекламы, прямой рассылки, массовой рекламы. Виды рекламы даны в привязке к специфике различных типов аптек. Отдельный раздел посвящен рекламе крупных сетей.





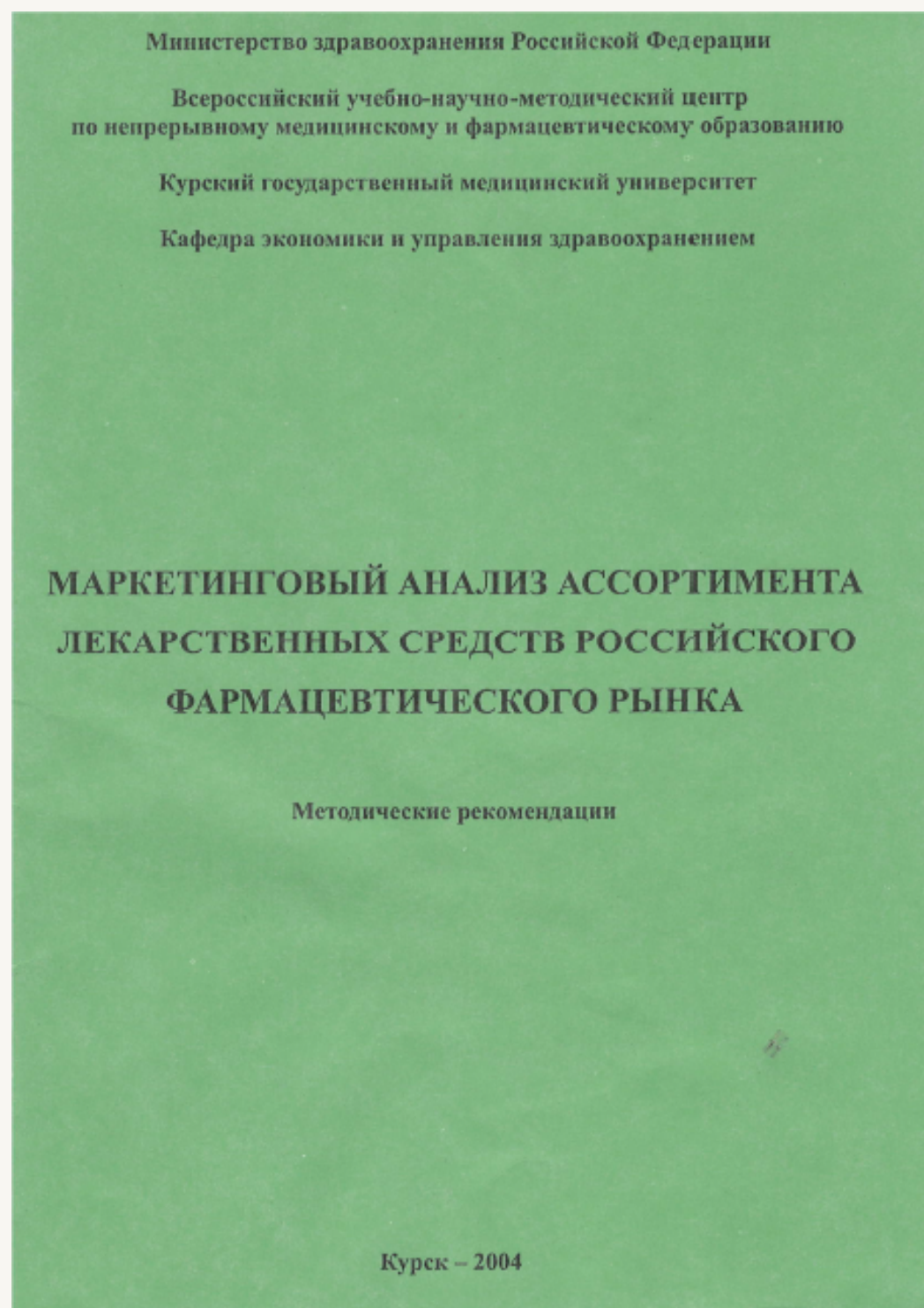
## Издания из библиотечного фонда КГМУ

615.1

М 26

Маркетинговый анализ ассортимента лекарственных средств  
российского фармацевтического рынка : методические  
рекомендации / Н. Б. Дремова, Е. В. Репринцева, О. В. Хорлякова, Т.  
А. Олейникова ; Курский государственный медицинский  
университет, кафедра экономики и управления здравоохранением.  
- Курск : Изд-во КГМУ, 2004. - 30 с..

Методические рекомендации содержат концепцию маркетингового  
анализа ассортимента лекарственных средств российского рынка:  
подготовка перечня лекарственных средств, удовлетворяющих  
определенную потребность; систематизация и структурно-  
графический анализ изучаемого ассортимента ЛС. Приведен пример  
Маркетингово-го анализа ассортимента гиполипидемических ЛС.





---

## Издания из библиотечного фонда КГМУ

---

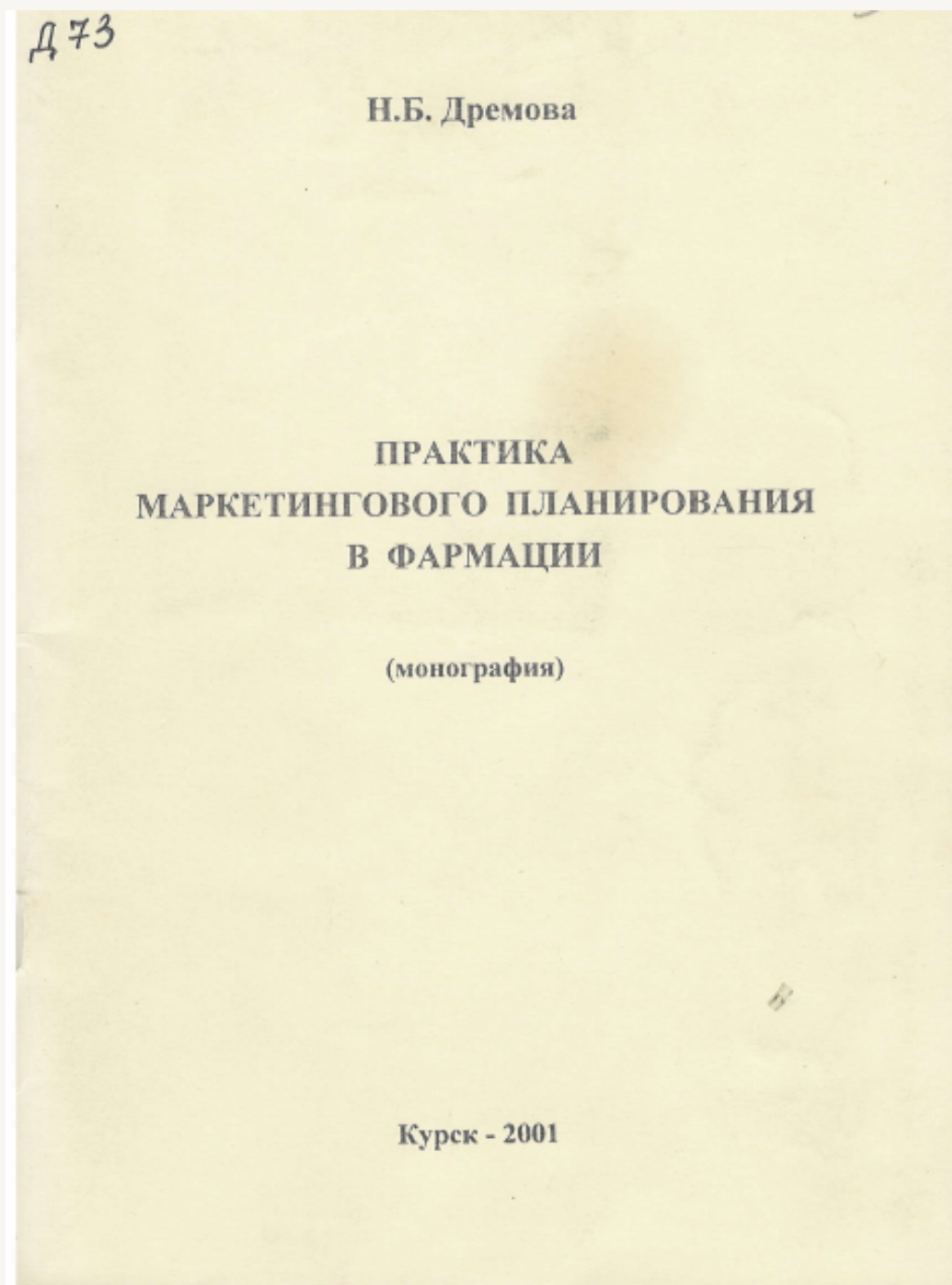
615.1

Д 73

Дремова, Н. Б. Практика маркетингового планирования в фармации : монография / Н. Б. Дремова ; Курский государственный медицинский университет, кафедра экономики и управления здравоохранением ; ВУНМЦ. - Курск : Изд-во КГМУ, 2001. - 80 с

---

Монография представляет фармацевтической организации концепции и алгоритмы аудита основных элементов маркетинга и примеры разработки маркетингового плана на их основе. Предлагаются методы маркетинговых исследований, по результатам которых формулируются цели, стратегии и мероприятия плана организации по укреплению ее рыночных позиций.







---

## Издания из библиотечного фонда КГМУ

---

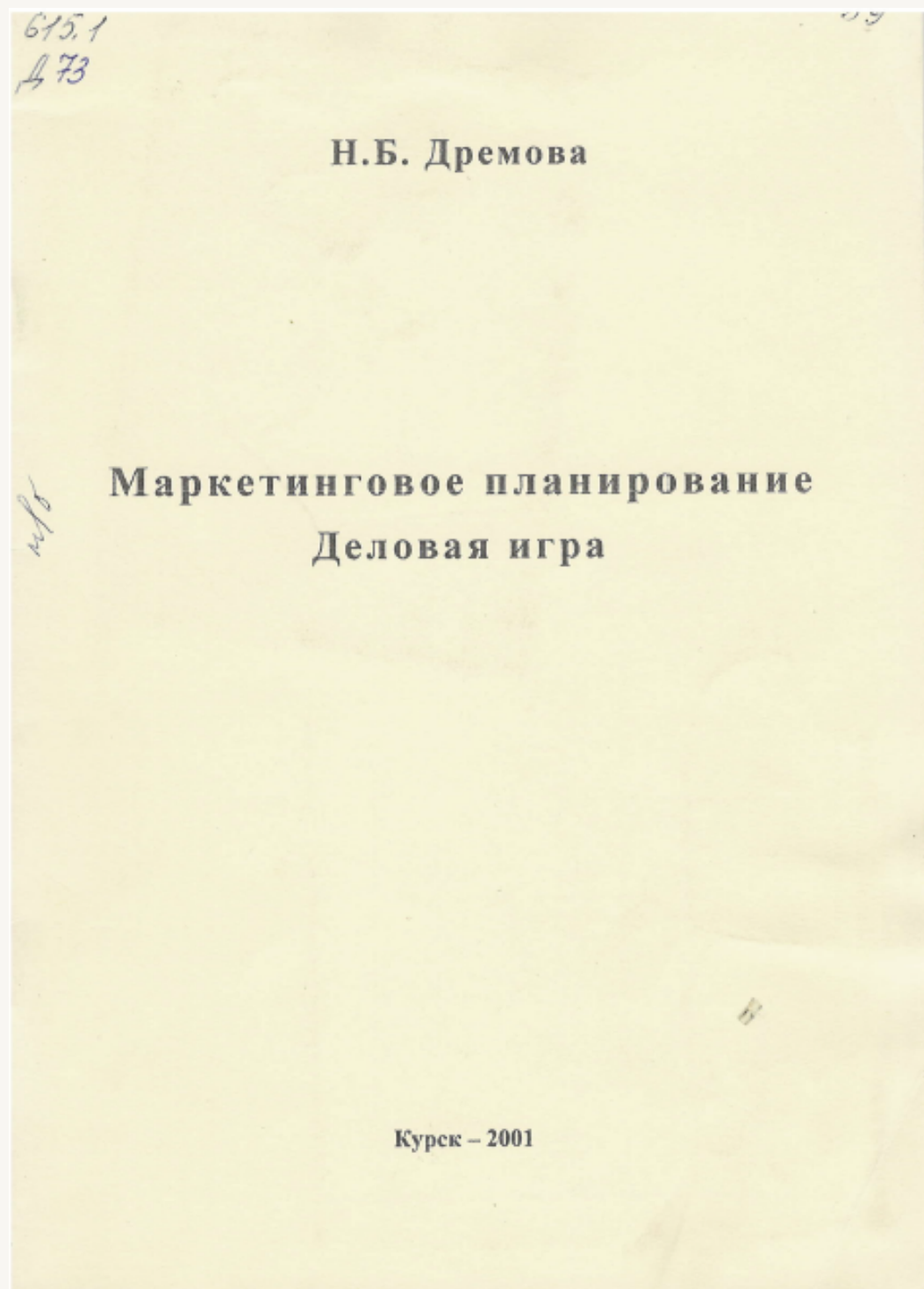
615.1

Д 73

Дремова, Н. Б. Маркетинговое планирование : деловая игра для студентов факультетов медицинских вузов, изучающих дисциплину "Маркетинг", а также для постдипломного образования управленческого персонала учреждений здравоохранения / Н. Б. Дремова ; Курский государственный медицинский университет, кафедра экономики и управления здравоохранением. - Курск : Изд-во КГМУ, 2001. - 20 с.

---

Деловая игра «Маркетинговое планирование» предназначена для освоения практических навыков разработки плана маркетинга в организациях здравоохранения на основе исследования основных элементов маркетинга.



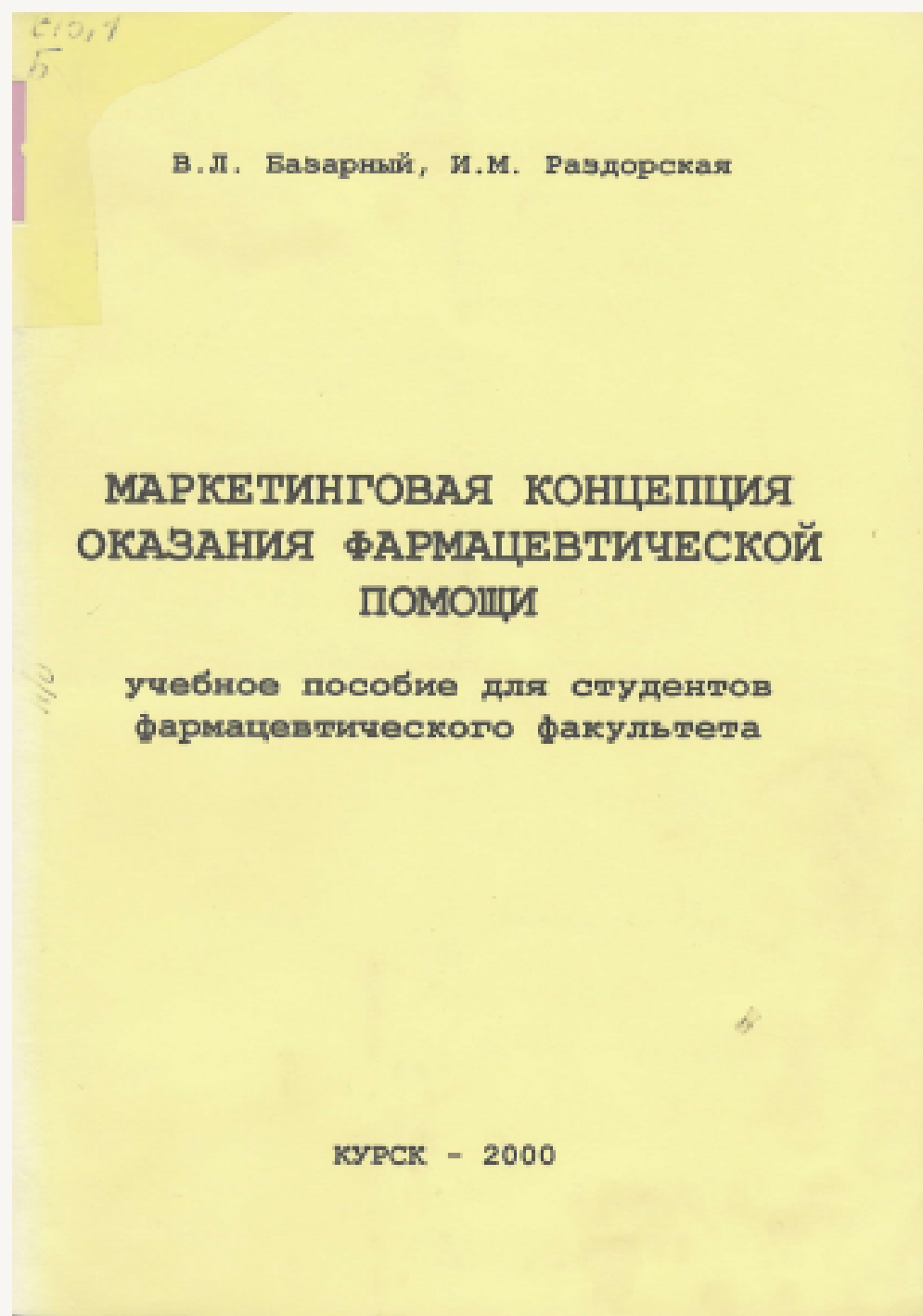




---

## Издания из библиотечного фонда КГМУ

---



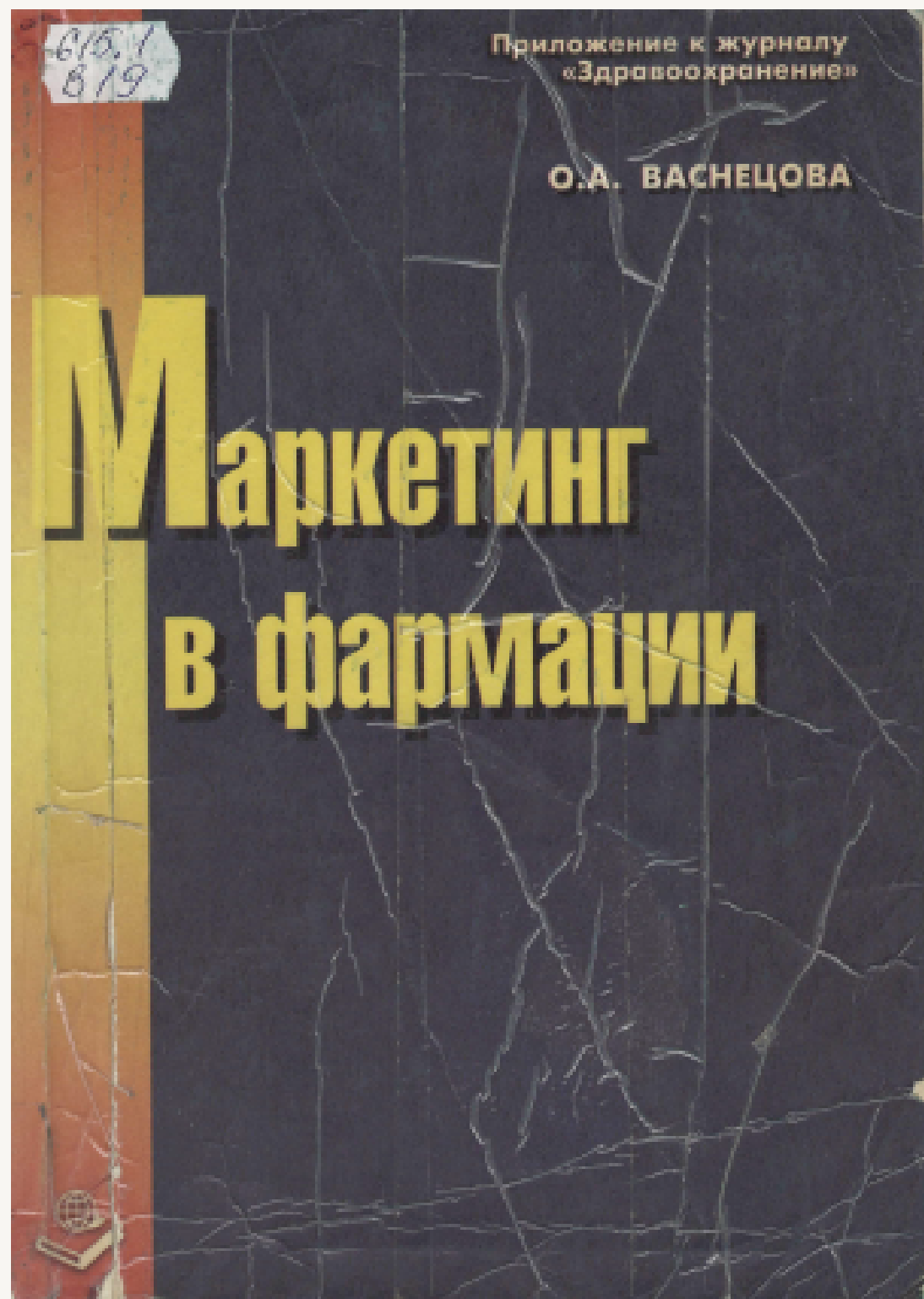
615.1

Б 17

Базарный, В. Л. Маркетинговая концепция оказания фармацевтической помощи : учебное пособие для студентов фармацевтического факультета / В. Л. Базарный, И. М. Раздорская ; Курский государственный медицинский университет. - Курск : Изд-во КГМУ, 2000. - 84 с.

---

Предлагаемое пособие дает возможность ознакомиться с основами маркетинговых исследований, ролью маркетинга в производстве и реализации лекарственных средств.



615.1

В 19

Васнецова, О. В. Маркетинг в фармации / О. В. Васнецова. - Москва : Книжный мир, 1999. - 334 с.

---

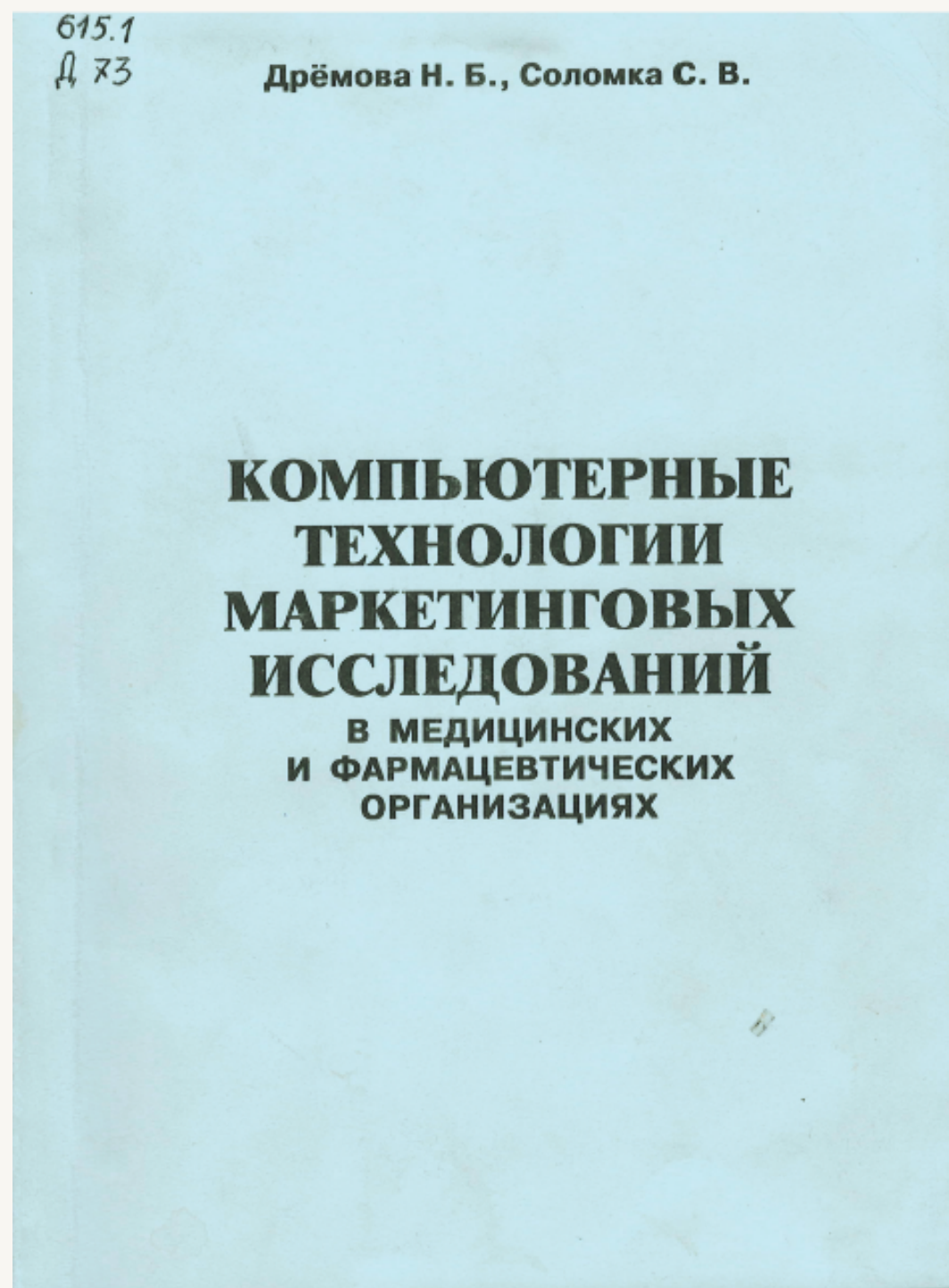
В монографии обобщен опыт крупнейших мировых специалистов в области общего и фармацевтического маркетинга и предложены оригинальные авторские подходы к маркетинговому управлению в здравоохранении и фармации. отдельные главы посвящены маркетинговым исследованиям новых (оригинальных) лекарственных средств и роли информации и рекламы в продвижении фармацевтических товаров



---

## Издания из библиотечного фонда КГМУ

---



615.1

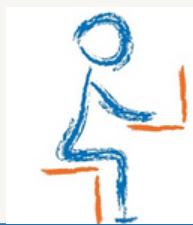
Д 73

Дремова, Н. Б. Компьютерные технологии маркетинговых исследований в медицинских и фармацевтических организациях : учеб.-метод. пособие / Н. Б. Дремова, С. В. Соломка ; Курский государственный медицинский университет, кафедра экономики и управления здравоохранением. - Курск : КГМУ, 1999. - 147 с.

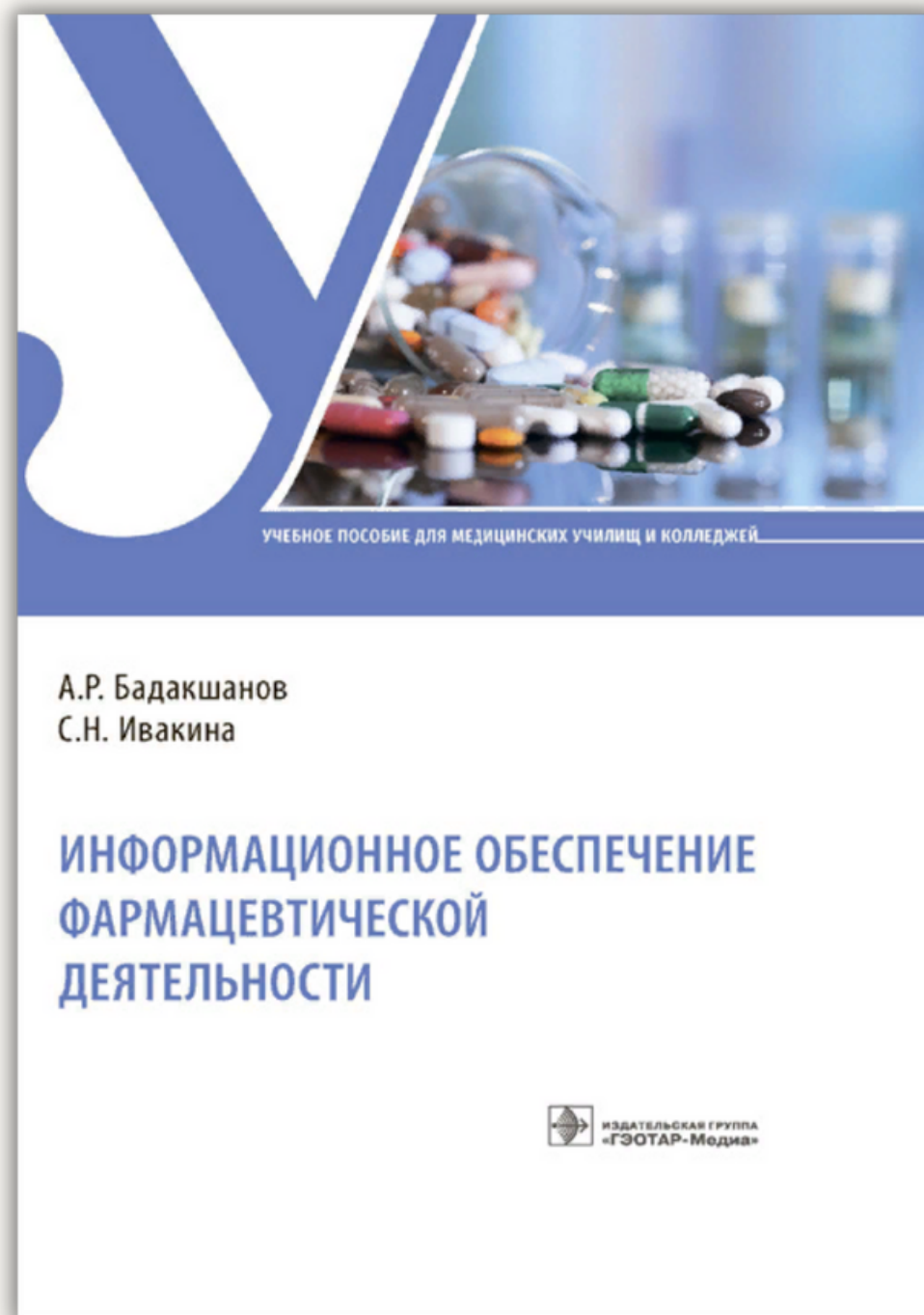
---

Пособие предназначено для освоения практических навыков проведения маркетинговых исследований медицинских и фармацевтических товаров/услуг с использованием программных средств и ПЭВМ.





## КОНСУЛЬТАНТ **СТУДЕНТА** Электронно-библиотечная система

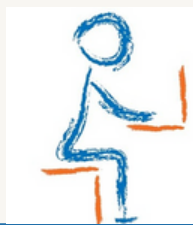


Баракшанов, А. Р. Информационное обеспечение фармацевтической деятельности : учебное пособие / А. Р. Баракшанов, С. Н. Ивакина. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2022. - 256 с.

В данном издании особое внимание уделено учету товаров аптечного ассортимента в аптеке медицинской организации. В издании рассмотрены возможности маркетингового анализа фармацевтического рынка на базе информационно-аналитических систем.

**ТЕМА 6 МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА НА БАЗЕ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИХ СИСТЕМ**

**ЧТЕНИЕ ONLINE**



## КОНСУЛЬТАНТ **СТУДЕНТА** Электронно-библиотечная система

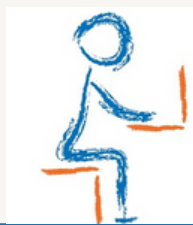


Управление и экономика фармации / под ред. И. А. Наркевича - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2017. - 928 с..

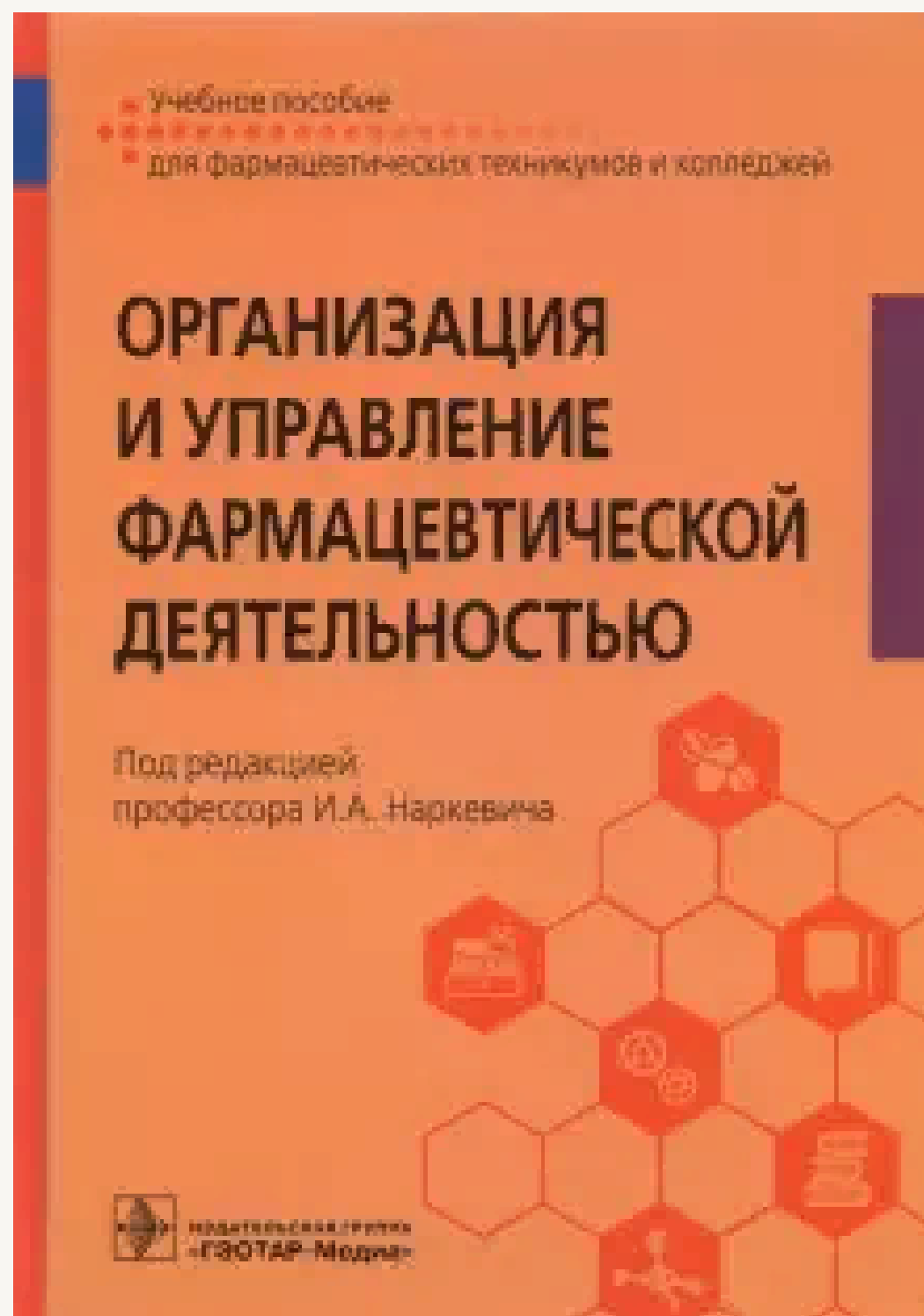
В учебнике особое внимание уделено регуляторным аспектам фармацевтической деятельности. Изучение материалов учебника позволяет не только приобрести и расширить теоретические знания по данной дисциплине, но и использовать содержащиеся в нем рекомендации для практической работы в фармацевтических организациях.

*Глава 10. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ  
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ*

**ЧТЕНИЕ ONLINE**



## КОНСУЛЬТАНТ **СТУДЕНТА** Электронно-библиотечная система



Организация и управление фармацевтической деятельностью : учебное пособие / под ред. И. А. Наркевича. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2021. - 288 с.

В учебном пособии представлены основные положения в части организации фармацевтической деятельности, теории и практики управления, кадрового менеджмента. Изучение изложенного материала позволит не только приобрести и расширить теоретические знания, но и использовать содержащиеся в нем рекомендации для практической работы.

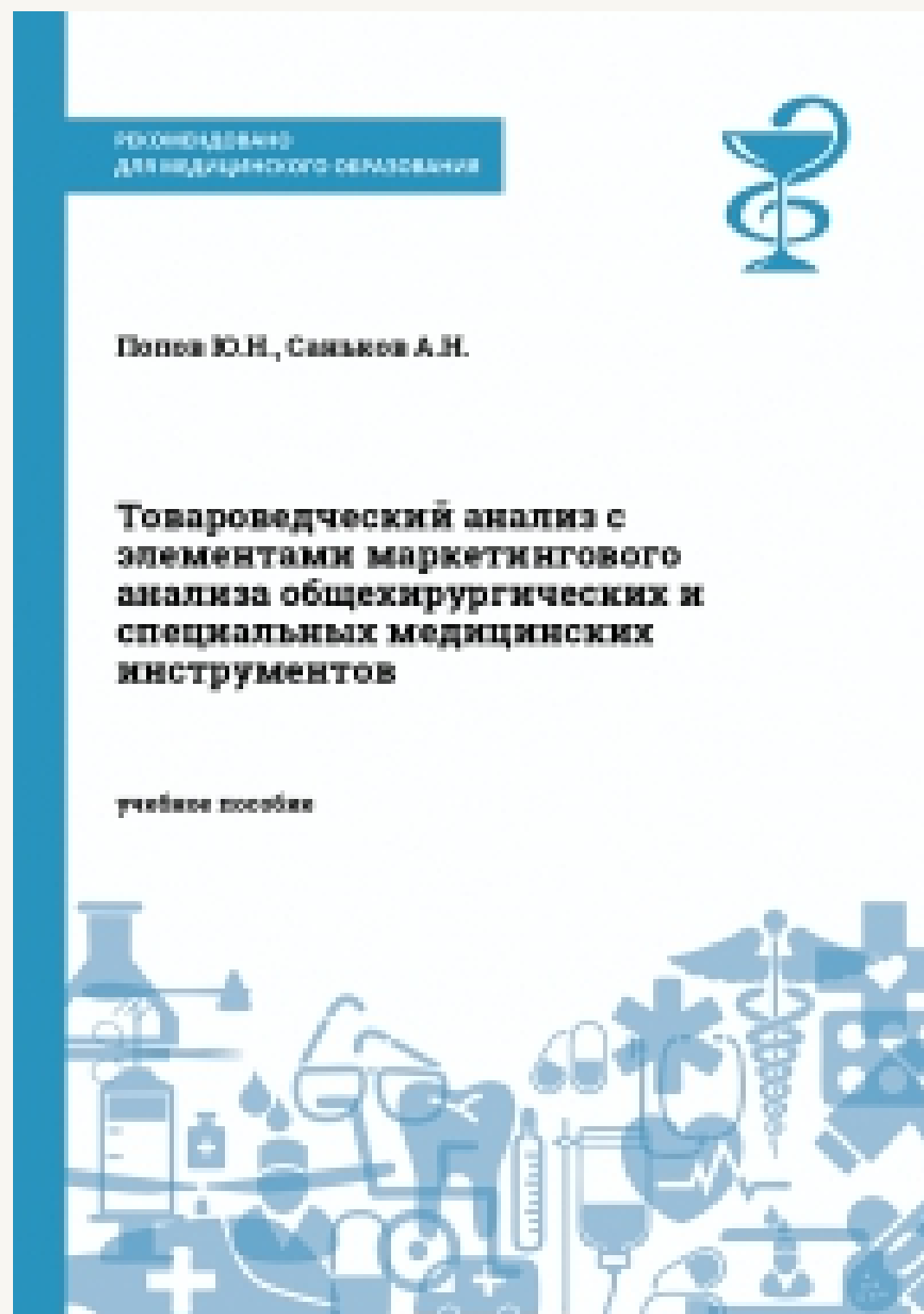
*Глава 10 УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ  
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ*

**ЧТЕНИЕ ONLINE**





## Цифровой образовательный ресурс *IPR SMART*



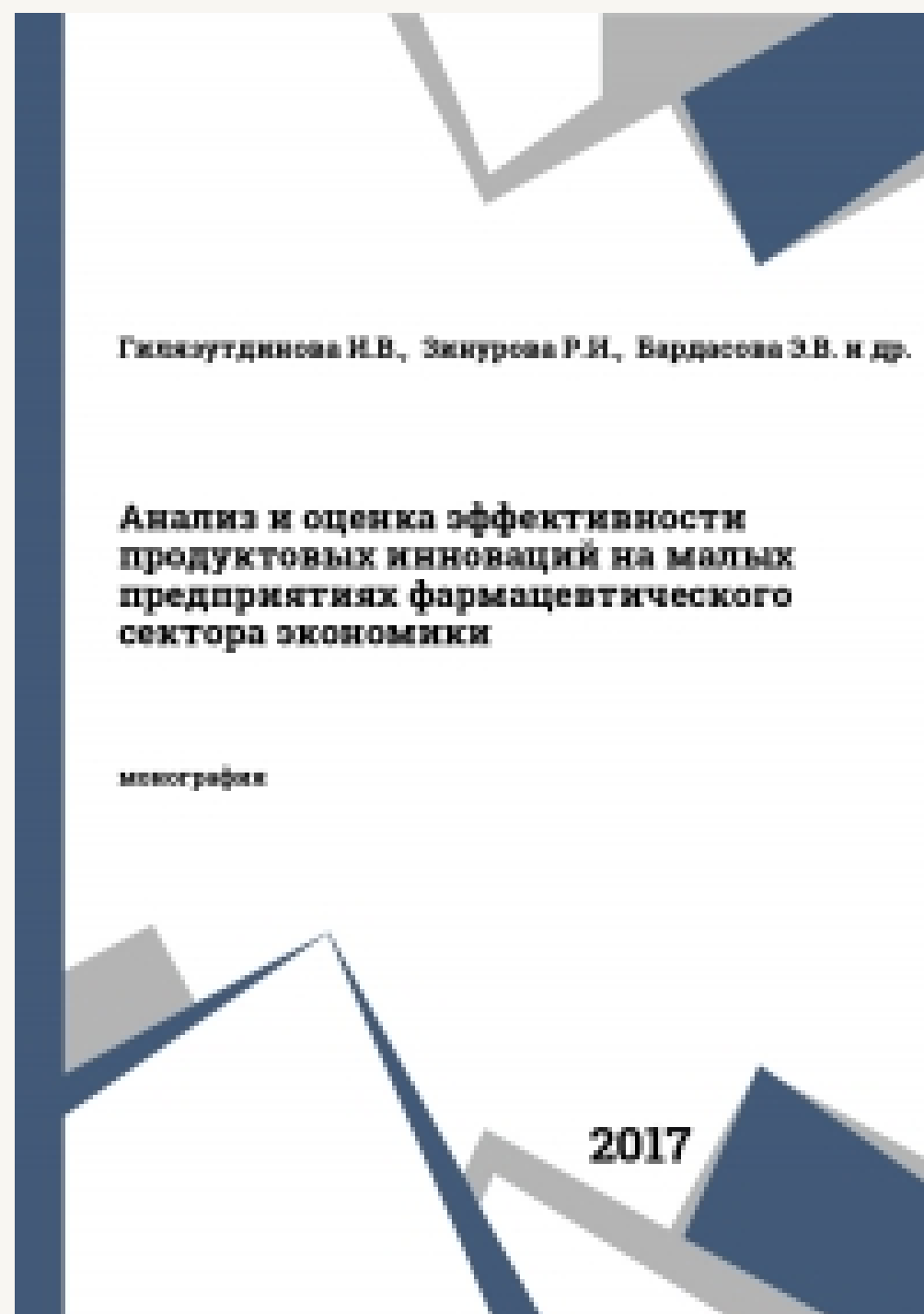
Попов, Ю. Н. Товароведческий анализ с элементами маркетингового анализа общехирургических и специальных медицинских инструментов : учебное пособие для подготовки к практическим занятиям по медицинскому и фармацевтическому товароведению для студентов 4-5 курсов фармацевтического факультета / Ю. Н. Попов, А. Н. Саньков. — Оренбург : Оренбургская государственная медицинская академия, 2013. — 145 с.

В учебном пособии отражены основные принципы классификации медицинских и фармацевтических товаров, приемы проведения товароведческой экспертизы общехирургических и специальных медицинских инструментов, их маркировки и хранения.

[ЧТЕНИЕ ONLINE](#)



## Цифровой образовательный ресурс *IPR SMART*



Анализ и оценка эффективности продуктовых инноваций на малых предприятиях фармацевтического сектора экономики : монография / И. В. Гилязутдинова, Р. И. Зинурова, Э. В. Бардасова, К. Ж. Сибгатуллин ; под редакцией Г. В. Семенова. – Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2017. – 172 с.

В монографии аскрываются сущность продуктовых инноваций и их специфика в социально значимых секторах экономики, принципы и критерии, определяющие систему показателей их оценки. На основе сравнительного анализа существующих методов и методик оценки эффективности инноваций разработана методика интегральной оценки эффективности инноваций в фармацевтическом секторе с учетом их социальной значимости.



- **ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ - ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ПРОДВИЖЕНИЯ РЕТЕЙЛА НА РЕГИОНАЛЬНОМ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ**

*Солянская Ю.В.*

*Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2021. № 2 (74). С. 139-143.*

---

- **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ И ОПТИМИЗАЦИЯ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АПТЕК**

*Бережная Е.С.*

*Медико-фармацевтический журнал Пульс. 2021. Т. 23. № 7. С. 18-24.*





- **ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ В ФАРМАЦИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ**

*Дрёмова Н.Б. и др.*

*Медико-фармацевтический журнал Пульс. 2021. Т. 23. № 3. С. 80-87.*

- **МАРКЕТИНГ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ПРЕПАРАТОВ**

*Шорикова Г.В., Зубенко С.В., Крестьяникова Э.М.*

*В сборнике: IX Лужские научные чтения. Современное научное знание: теория и практика. Материалы международной научной конференции. Отв. редактор Т.В. Седлецкая. Санкт-Петербург, 2021. С. 349-352.*

- **РОЛЬ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

*Галстян Н.В.*

*Тенденции развития науки и образования. 2020. № 60-4. С. 46-48.*



- **ИЗУЧЕНИЕ РАСПРОСТРАНЕННОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНСТРУМЕНТОВ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГА НА РОЗНИЧНОМ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ**

*Бен С.Ю., Пятигорская Н.В.*

*Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Химия.*

*Биология. Фармация. 2020. № 4. С. 103-113.*

---

- **ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ИНТЕГРИРОВАННОГО МАРКЕТИНГА АПТЕЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Грентикова И.Г., Обласов А.А.*

*Экономика. Профессия. Бизнес. 2020. № 3. С. 35-39.*



- **МАРКЕТИНГОВЫЙ И ФАРМАКО- ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ  
АССОРТИМЕНТА ВЕНОТОНИЗИРУЮЩИХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ  
ОТС-СЕГМЕНТА**

*Джупарова И.А., Джупаров А.С.*

*Сибирский медицинский вестник. 2020. № 4. С. 27-29.*

---

- **ДИДЖИТАЛ-ИНСТРУМЕНТЫ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО ПРОДВИЖЕНИЯ В  
УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ**

*Поверинов А.И., Кунев С.В.*

*Фундаментальные исследования. 2020. № 7. С. 85-89.*





- **ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ПРЕПАРАТОВ**

*Зубенко С.В., Шорикова Г.В., Крестьяникова Э.М.*

*В сборнике: VIII Лужские научные чтения. Современное научное знание: теория и практика. Материалы ежегодной международной научной конференции. Отв. редактор Т.В. Седлецкая. 2020. С. 266-269.*

---

- **ОЦЕНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ К МАРКЕТИНГОВЫМ МЕРОПРИЯТИЯМ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ТОВАРОВ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ**

*Ермолаева А.Д. и др.*

*Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Химия. Биология. Фармация. 2019. № 1. С. 142-146.*



- **ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ БИЗНЕС И МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В XXI В**

*Леоненко Е.А.*

*Вестник НИИ гуманитарных наук при Правительстве Республики Мордовия.*

*2019. № 1 (49). С. 175-188.*

---

- **АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ АПТЕЧНЫХ  
ОРГАНИЗАЦИЙ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

*Агаджанян Ю.О. и др.*

*Крымский научный вестник. 2019. № 3 (24). С. 30-36.*



- **МАРКЕТИНГОВЫЙ АСПЕКТ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ НА РЫНКЕ  
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ**

*Аденова Ж.Т., Ибрагимова Р.С.*

*Актуальные вопросы современной экономики. 2019. № 3-2. С. 59-67.*

---

- **ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ С ПОЗИЦИИ МАРКЕТИНГА УСЛУГ**

*Клименкова А.А., Геллер Л.Н., Скрипко А.А.*

*В сборнике: Инновационные технологии в фармации. Сборник научных трудов.  
2019. С. 423-430.*



- **ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ КОРПОРАЦИЙ**  
*Старикова М.С., Алали М.А.*  
*Вектор экономики. 2019. № 6 (36). С. 31.*

---

**Выставка подготовлена сотрудниками  
ОТДЕЛА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !**