

## Вывод на рынок дженерика рецептурного препарата

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 2 дня

Место проведения: Ленинский проспект, д. 38А, город Москва

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

### Программа обучения

#### День 1

Ключевые данные рынка и регуляторной среды

Законодательство: современные реалии продвижения

- Закон о рекламе
- Продвижение рецептурных лекарственных препаратов: особенности законодательства

Открытые аналитические базы данных

- Ежемесячные обзоры
- Государственный реестр лекарственных средств

Практикум «На что сделать акценты при анализе конкурентов»

Ключевые исследовательские компании. Анализ рыночных данных и предпочтений врачей

- IQVIA
- DSM
- Alpharm
- Курсор
- Ипсос
- Фармацевтические издания, сайты, порталы

Практикум «Поиск необходимых данных при ограниченном бюджете»

## Основы дифференциации и продвижения собственного бренда

- Руководство к действию, на что ориентироваться при составлении тактических планов
- Фармацевтический рынок:
  - Определения и термины
  - Современные тренды и тенденции
  - АТС классификация и оценка факторов роста отдельных АТС групп
  - Сегменты рынка и их динамика
  - Оценка привлекательности дженериков для различных сегментов рынка

## День 2

### Факторы роста фармацевтического рынка и оценка привлекательности входа на рынок для продакт-менеджера

- Внутренние и внешние данные для принятия решений
- Стратегия и компетенции компании в различных сегментах рынка
- SOV компаний в TOP of Mind врачей
- Психотипы врачей по Марстону и значимость для вывода дженерика на рынок
- Различные «школы» врачей, как повод задуматься о перспективах развития

### Маркетинговые исследования и анализ

- Моделирование
- Декартов квадрат для принятия решений
- Кодекс AIRM
- Что и где можно подсмотреть у конкурентов

### Практикум «Основы benchmark»

### Стратегия по выводу: пошаговое создание

- Планы продаж. Первичные, вторичные, третичные продажи
- Сегменты рынка

- Пациентопоток
- Целевые аудитории
- Рыночные данные: аналитика и выводы
- Ценообразование
- PEST и SWOT-анализ
- Элементы стратегии продвижения и поиск ключевых факторов успеха
- Планирование marketing mix, включая digital материалы
- Оценка результатов работы и корректировка тактики

Практикум «Создание стратегии по выводу дженерика рецептурного препарата»