Moscow
Business School
Leadership Energy

Вывод на рынок дженерика рецептурного препарата

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 2 дня

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 16.10.2025

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 AIPM
- 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 джереpика рецептурного препарата»