

5 ФОКУС ВНИМАНИЯ

Минздравсоцразвития России, невзирая на сложные погодные условия, работает в полном соответствии с заявленными ранее планами по реформированию фармрынка. Подтверждение тому — ряд представленных законопроектов.

12 АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ



Исследование деятельности конкурентов показывает их сильные и слабые места, позволяет выяснить, какие стратегии наиболее результативны. Чтобы не пропустить удар, необходимо иметь представление о планах «противника». Практические рекомендации.

фокус внимания

сiтоИнформ

ФАРМРЫНОК: ГЛАВНОЕ 4

ИЗМЕНЕНИЯ В ПОРЯДОК ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦЕН НА ЛС 5

О ЛИЦЕНЗИРОВАНИИ ФАРМДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПРОЕКТ ПОСТАНОВЛЕНИЯ 5

МИНИМИЗАЦИЯ ВИДОВ АПТЕЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ 5

БУТОРФАНОЛ И ТИАНЕПТИН — СТРОГО ПО РЕЦЕПТУ 5

КОМПАНИИ ИНФОРМИРУЮТ 6

ЛС-ДОСЬЕ: РАЗРАБОТКИ, ИССЛЕДОВАНИЯ, НОВЫЕ ПРЕПАРАТЫ 10

ПАРАФАРМАЦЕВТИКА: ЧТО НОВЕНЬКОГО 11

бизнес-технологии

от теории к практике

Виктория МАРКОВА

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ: ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ 12

Наталья СМЕРНОВА

АРОМАМАРКЕТИНГ В АПТЕКЕ: ЭКЗОТИКА ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ 20

Александр КОВАЛЕВ

ОТКРЫТАЯ ВЫКЛАДКА: ПРАКТИЧЕСКИЕ СОВЕТЫ 24

закон и вы

знать и использовать

ФАРМКОНСУЛЬТАЦИЯ 26

На вопросы отвечает М.И. МИЛУШИН, к.ю.н., директор юридической компании «Юнико-94»

фарм спектр

важно, интересно, полезно

Р.И.ЯГУДИНА, Е.Е.АРИНИНА

ШКОЛА ФАРМАКОЛОГА:

АТОПИЧЕСКИЙ ДЕРМАТИТ 28

БЕЗ «ОТЛОЖЕННОГО СПРОСА»:

ПРЕПАРАТЫ КЛАРИТРОМИЦИНА 36

ПРАКТИКУМ ПО АССОРТИМЕНТУ 39

все для здоровья и красоты

актуальный тренд

ЭКСПРЕСС-АНАЛИТИКА 44

Зинаида ТОЛКУШИНА

СРЕДСТВА ПО УХОДУ ЗА ДЕТЬМИ:

АНАЛИЗИРУЕМ СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ ... 46

ЛОГИКА ИНИЦИАТИВНЫХ ПРОДАЖ:

ГИГИЕНА МАЛЫША 48

Любовь ПРОНИНА

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ЗАПРОС:

ПОВЫШЕНИЕ ПОТЕНЦИИ. 52

ПРАКТИКУМ ПО АССОРТИМЕНТУ 55

аптека в городе

география ритейла

КЛИНИКА — ГЛАВНАЯ,

АПТЕКА — ЛУЧШАЯ 56

Аптека при Республиканской клинической
больнице им. Г.Г.Куватова, г. Уфа

time out

интересно, что...

ИССЛЕДОВАНИЯ В МЕДИЦИНЕ:

НЕОБЫЧНОЕ В ОБЫЧНОМ 62



АРОМАМАРКЕТИНГ В АПТЕКЕ

Популярность у руководителей аптек постепенно завоевывает аромамаркетинг — комплекс мероприятий по использованию запахов с целью увеличения лояльности покупателей. Однако статус аптеки требует специфического подхода к этой, безусловно, интересной тенденции.

44

ЭКСПРЕСС-АНАЛИТИКА

Активность рекламодателей в СМИ в июне, динамика рынка БАД, а также аналитика продаж детского ассортимента в аптеках. Отчасти — своеобразный «навигатор» по формированию портфеля приоритетных закупок.