МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ

«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ»

БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

**Факультет «Высшая школа бизнеса»**

**Кафедра инновационного управления**

Аннотация к магистерской диссертации

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ВЫВЕДЕНИЯ НА РЫНОК ИННОВАЦИОННОГО ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

 (НА ПРИМЕРЕ ПРЕПАРАТА “АРТЕЛАК”)

БАТУРА

Антон Максимович

Научный руководитель:

Скворцова Елена Викторовна

 кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2017

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Фармацевтика, бизнес, лекарства, маркетинг, анализ, рынок, стратегия, прогноз, прибыль, рентабельность.

Цель работы заключается в разработке эффективной маркетинговой стратегии по продвижению инновационного фармацевтического препарата на рынке Республики Беларусь на примере «Артелак». Задачами работы являются анализ литературных источников с целью изучения существующих маркетинговых методов продвижения продукции, в том числе фармацевтической, анализ фармацевтического рынка Республики Беларусь, выявление основных закономерностей в динамике и тенденциях, составление прогноза развития рынка, разработка эффективной маркетинговой стратегии продвижения препарата «Артелак».

Актуальность работы заключается в разработке современных маркетинговых подходов и их применение в фармацевтическом бизнесе. В работе рассмотрены подходы к анализу фармацевтического рынка Республики Беларусь, на основании которых ведется построение маркетинговой стратегии. Объектом исследования является фармацевтический рынок Республики Беларусь, а также разработка маркетинговой стратегии препарата «Артелак». В работе представлены результаты применения разработанной маркетинговой стратегии на фармацевтическом рынке в 2016 году, которые свидетельствуют о глубоком анализе сегмента и клиентов, а также о финансовой успешности проекта.

Магистерская диссертация включает 71 страница, 8 таблиц, 18 рисунков, использовано 32 литературных источников.

GENERAL DESCRIPTION OF the WORK

Pharmaceuticals, business, medicine, marketing, analysis, market, strategy, forecast, income, profitability.

The aim of the work is to develop an effective marketing strategy to promote an innovative pharmaceutical product on the market of the Republic of Belarus using the example of "Artelak". The tasks of the work are the analysis of literature sources with the purpose of studying the existing marketing methods of product promotion, including pharmaceutical product, analysis of the pharmaceutical market of the Republic of Belarus, identification of the main regularities in dynamics and trends, making a market development forecast, and developing an effective marketing strategy for the promotion of "Artelak".

The relevance of the work is development of modern marketing approaches and their using in the pharmaceutical business. The various approaches to the analysis of the pharmaceutical market of the Republic of Belarus are considered in the work, on the basis of these approaches the marketing strategy is being built. The object of the study is the pharmaceutical market of the Republic of Belarus, as well as the development of the marketing strategy of the drug "Artelak". The work presents the results of applying the developed marketing strategy in the pharmaceutical market in 2016, which demonstrate the deep analysis of the segment and customers, as well as the financial success of the project.

The master's dissertation includes 71 pages, 8 tables, 18 figures, 32 literary sources.

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА ПРАЦЫ

Фармацэўтыка, бізнес, лекі, маркетынг, аналіз, рынак, стратэгія, прагноз, прыбытак, рэнтабельнасць.

Мэта работы заключаецца ў распрацоўцы эфектыўнай маркетынгавай стратэгіі па прасоўванні інавацыйнага фармацэўтычнага прэпарата на рынку Рэспублікі Беларусь на прыкладзе «Артелак». Задачамі работы з'яўляюцца аналіз літаратурных крыніц з мэтай вывучэння існуючых маркетынгавых метадаў прасоўвання прадукцыі, у тым ліку фармацэўтычнай, аналіз фармацэўтычнага рынку Рэспублікі Беларусь, выяўленне асноўных заканамернасцей у дынаміцы і тэндэнцыях, складанне прагнозу развіцця рынку, распрацоўка эфектыўнай маркетынгавай стратэгіі прасоўвання прэпарата «Артелак».

Актуальнасць работы заключаецца ў распрацоўцы сучасных маркетынгавых падыходаў і іх прымяненне ў фармацэўтычным бізнэсе. У працы разгледжаны падыходы да аналізу фармацэўтычнага рынку Рэспублікі Беларусь, на падставе якіх вядзецца пабудова маркетынгавай стратэгіі. Аб'ектам даследавання з'яўляецца фармацэўтычны рынак Рэспублікі Беларусь, а таксама распрацоўка маркетынгавай стратэгіі прэпарата «Артелак». У працы прадстаўлены вынікі ўжывання распрацаванай маркетынгавай стратэгіі на фармацэўтычным рынку ў 2016 годзе, якія сведчаць аб глыбокім аналізе сегмента і кліентаў, а таксама аб фінансавай паспяховасці праекта.

Магістарская дысертацыя ўключае 71 старонки, 10 табліц, 16 малюнкаў, выкарыстана 32 літаратурных крыніц.