

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Opšti principi marketinga.....	3
2.1. Marketing – miks.....	6
2.2. Promocija – glavni instrument marketinga.....	9
3. Regulativa farmaceutskog marketinga.....	11
3.1. Kategorizacija proizvoda na tržištu.....	12
3.2. Pravilnik o reklamiranju i obavještanju o lijekovima i medicinskim sredstvima.....	17
4. Marketing u farmaciji.....	20
4.1. Marketing farmaceutskih proizvoda.....	20
4.1.1. Kodeks marketinške farmaceutske prakse.....	27
4.1.2. Marketing istraživanja i postmarketinške studije lijekova..	32
4.2. Marketing farmaceutskih usluga.....	37
4.2.1. Marketing veleprodajnih preduzeća.....	38
4.2.2. Marketing u zdravstvenim ustanovama.....	39
4.2.3. Marketing farmaceutskih usluga u javnoj apoteci.....	41
4.3.4. Upravljanje informacijama o lijekovima.....	50
5. Zaključak.....	53
6. Literatura.....	59
7. Biografija.....	61