

Курс профессиональной подготовки

Маркетинговые стратегии
в фармацевтической
промышленности



Курс профессиональной подготовки

Маркетинговые стратегии в фармацевтической промышленности

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techitute.com/ru/pharmacy/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-marketing-strategies-applied-pharmaceutical-industry

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Руководство курса

стр. 12

04

Структура и содержание

стр. 16

05

Методология

стр. 22

06

Квалификация

стр. 30

01

Презентация

Правильное применение маркетинговых стратегий в фармацевтической сфере позволяет захватить внимание целевой аудитории, донести до нее преимущества продукта и установить связь с потребителями. Таким образом, направляя усилия на удовлетворение потребностей рынка, фармацевтические компании могут влиять на спрос и вызывать интерес к своей продукции. Учитывая высокий уровень конкуренции, специалистам отрасли важно уметь применять последние тенденции в разработке и проведении рекламных и маркетинговых кампаний. По этой причине ТЕСН разработал полную программу в формате 100% онлайн, которая предоставляет специалисту возможность доступа в любое время и в любом месте с любого устройства, имеющего подключение к Интернету.



““

Расширьте свои знания основ фармацевтического маркетинга с помощью этой эксклюзивной программы, которую может предложить только TECH”.

Грамотно проведенный маркетинг в фармацевтической отрасли способствует увеличению продаж компании и формированию предпочтения потребителей к ее продукции. Благодаря таким стратегиям, как промо-акции, убедительные рекламные кампании и программы лояльности, фармацевтическим компаниям удается увеличить свою долю рынка.

По этой причине фигура фармацевта, специализирующегося на маркетинге, становится незаменимой в поисках коммерческого успеха. Нахождение на переднем крае новейших рекламных технологий позволит им определять возможности, выявлять тенденции и предвидеть изменения. Так родился Курс профессиональной подготовки по маркетинговым стратегиям, применяемым в фармацевтической промышленности.

Это программа, в рамках которой специалист в течение 6 месяцев углубляется в разработку бизнес-плана, правильное управление маркетинговыми процессами и получает представление о потребителе. В этом смысле студент получает доступ к ряду мультимедийных материалов, таких как видеофрагменты и специализированные материалы, хранящиеся в виртуальной библиотеке, доступ к которой можно получить в любое время и в любом месте 24 часа в сутки, без ограничений.

Данный **Курс профессиональной подготовки в области маркетинговых стратегий в фармацевтической промышленности** содержит самую полную и современную научную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Разбор практических кейсов, представленных экспертами в области фармацевтики
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практическое содержание курса предоставляет научную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для осуществления профессиональной деятельности
- ♦ Практические упражнения для самопроверки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям
- ♦ Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет

“

Вы успешно примените методологию SMART и увеличите продажи в своей аптеке”

“

Благодаря этой программе вы укрепите свои навыки анализа рынка и разработаете гораздо более эффективные направления деятельности в фармацевтическом секторе”

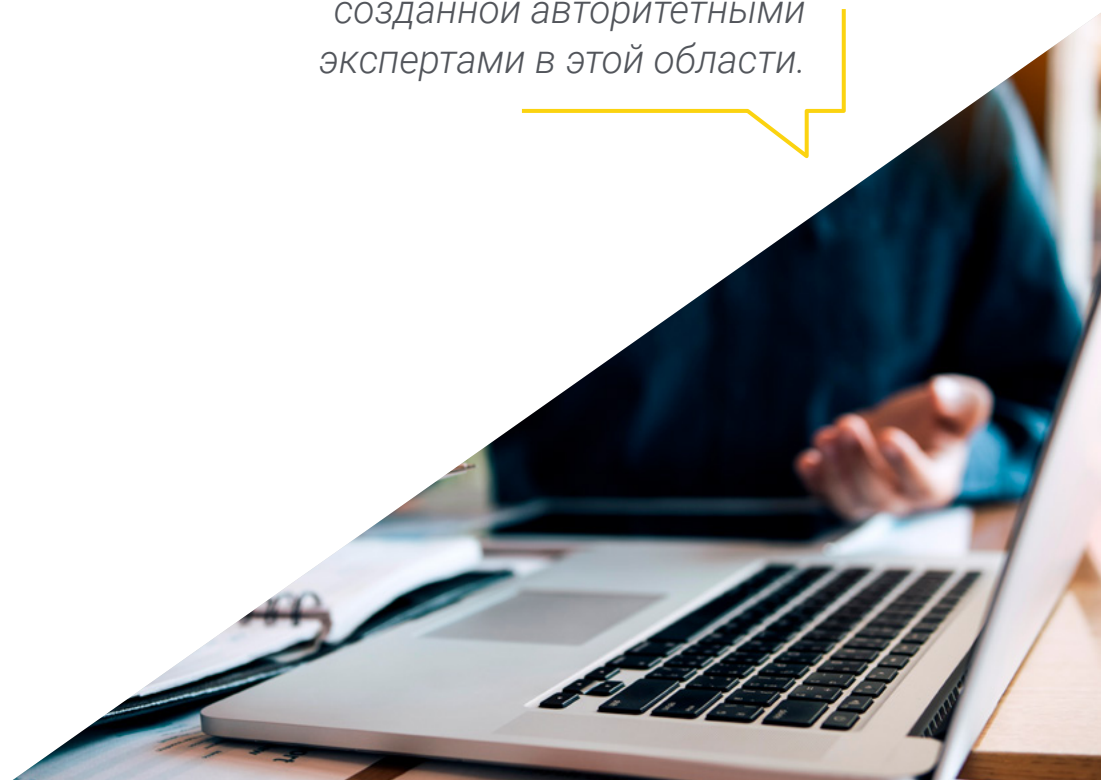
В преподавательский состав программы входят профессионалы из данного сектора, которые привносят в обучение опыт своей работы, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту проходить обучение с учетом контекста и ситуации, т.е. в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях.

Структура этой программы основана на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого специалист должен попытаться разрешать различные ситуации из профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. В этом специалистам поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами.

Данная университетская программа позволит вам разработать эффективную маркетинговую стратегию, применимую в фармацевтической промышленности.

Вы повысите свои навыки в области маркетинга благодаря самой передовой программе, созданной авторитетными экспертами в этой области.



02

Цели

Цель данного Курса профессиональной подготовки - предоставить фармацевтам полную информацию о самых современных и инновационных маркетинговых стратегиях, используемых в фармацевтической отрасли. Таким образом, специалисты повысят свои навыки в создании стратегических планов по продвижению фармакологической продукции и всех соответствующих элементов для достижения целей маркетинга и продаж. Чтобы облегчить этот процесс обучения, ТЕСН предоставляет учебную программу, подготовленную настоящими экспертами.



“

Вы сможете довести свои рекламные акции до совершенства, учитывая тенденции и изменения в потребительских привычках в сфере здоровья”.



Общие цели

- ♦ Приобрести специализированные знания в области фармацевтической промышленности
- ♦ Получить глубокие знания в области фармацевтической промышленности
- ♦ Ознакомиться с новейшими разработками в фармацевтической промышленности
- ♦ Понимать структуру и функционирование фармацевтической промышленности
- ♦ Получить представление о конкурентной среде фармацевтической отрасли
- ♦ Понимать концепции и методологии маркетинговых исследований
- ♦ Использовать технологии и инструменты маркетинговых исследований
- ♦ Развивать навыки продаж, характерные для фармацевтической отрасли
- ♦ Понимать цикл продаж в фармацевтической отрасли
- ♦ Анализировать поведение клиентов и потребности рынка
- ♦ Развивать лидерские качества
- ♦ Понимать специфические аспекты управления в фармацевтической промышленности
- ♦ Применять методы управления проектами
- ♦ Понимать принципы и основы маркетинга в фармацевтической промышленности





Конкретные цели

Модуль 1. План маркетинга в фармацевтической промышленности

- ♦ Углубиться в основы фармацевтического маркетинга
- ♦ Развить навыки разработки маркетинговых планов
- ♦ Изучить характеристики и потребности клиентов в фармацевтической отрасли

Модуль 2. Управление маркетингом в фармацевтической промышленности

- ♦ Понимать принципы и основы маркетинга в фармацевтической промышленности
- ♦ Развивать навыки в управлении фармацевтической продукцией
- ♦ Изучать использование инструментов и методов цифрового маркетинга

Модуль 3. Потребитель

- ♦ Углубить знания в области поведения потребителей
- ♦ Проанализировать различные сегменты рынка
- ♦ Исследовать тенденции и изменения в привычках потребителей
- ♦ Применять методы исследования рынка

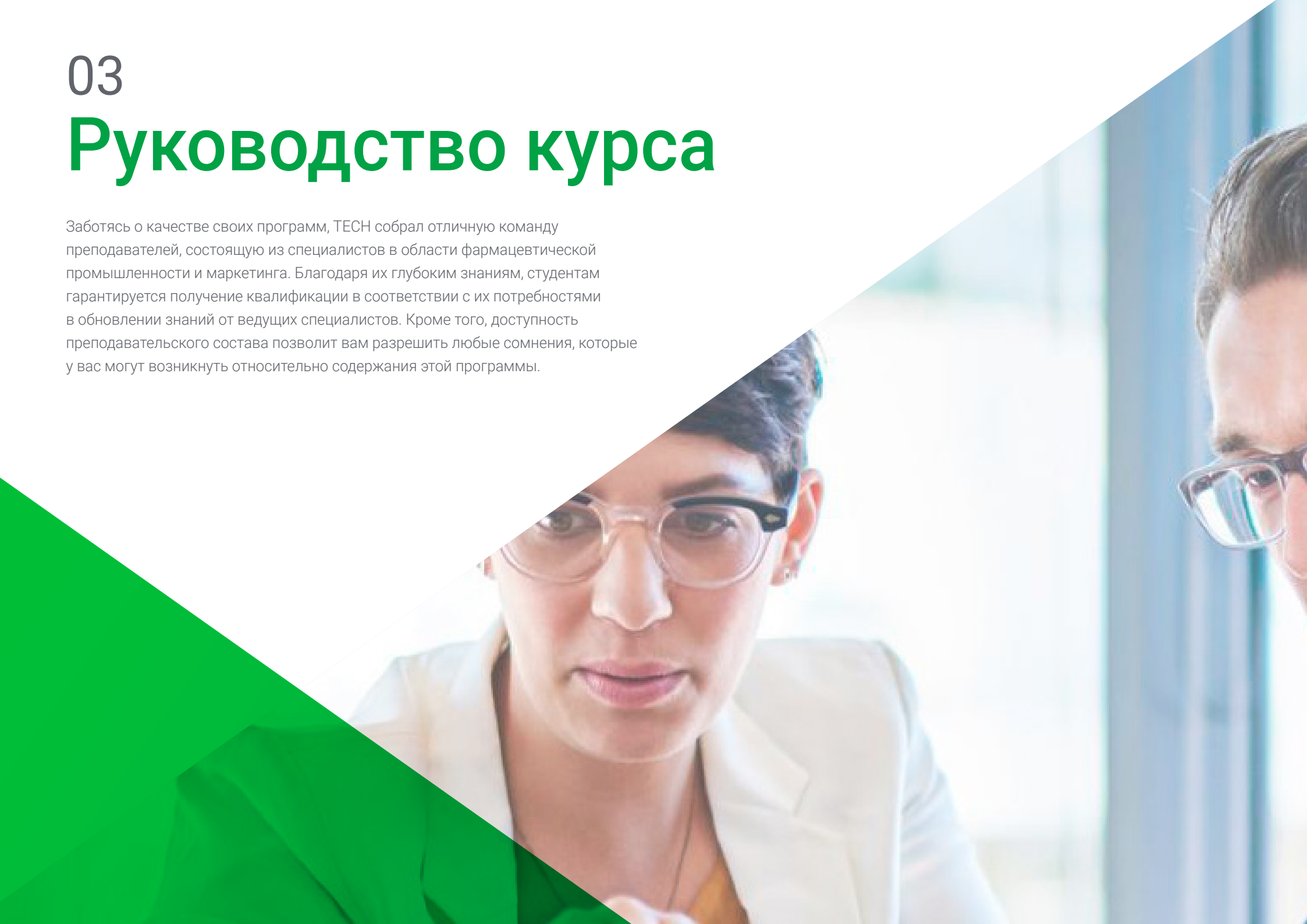
“

Вы познакомитесь с маркетингом компонентов диетологии и медицинских товаров, используя лучшие дидактические материалы”

03

Руководство курса

Заботясь о качестве своих программ, TECH собрал отличную команду преподавателей, состоящую из специалистов в области фармацевтической промышленности и маркетинга. Благодаря их глубоким знаниям, студентам гарантируется получение квалификации в соответствии с их потребностями в обновлении знаний от ведущих специалистов. Кроме того, доступность преподавательского состава позволит вам разрешить любые сомнения, которые у вас могут возникнуть относительно содержания этой программы.





“

Получите новые знания по программе, разработанной экспертами в области фармацевтики, где вы научитесь использовать стратегии pay-per-click для оптимизации результатов”

Руководство



Г-н Кальдерон, Карлос

- ♦ Директор по маркетингу и рекламе в Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.
- ♦ Консультант по маркетингу и рекламе в Experiencia MKT
- ♦ Директор по маркетингу и рекламе в Marco Aldany
- ♦ Генеральный директор и креативный директор в C&C Advertising
- ♦ Директор по маркетингу и рекламе в Elsevier
- ♦ Креативный директор в CPM Consultores de Publicidad y Marketing
- ♦ Специалист по рекламе в CEV в Мадриде

Преподаватели

Г-н Гонсалес Суарес, Уго

- ♦ Менеджер по цифровому и продуктовому маркетингу в Laboratorios ERN S.A.
- ♦ Менеджер по маркетингу продукции и проектов в компании Amgen
- ♦ Степень бакалавра в области биохимии и фармакологии Кембриджского международного университета
- ♦ Степень магистра по маркетингу в Центре высших исследований фармацевтической промышленности (CESIF)
- ♦ Степень магистра делового администрирования в *ESNECA Business School*

Г-н Морено Искьердо, Хуан Мануэль

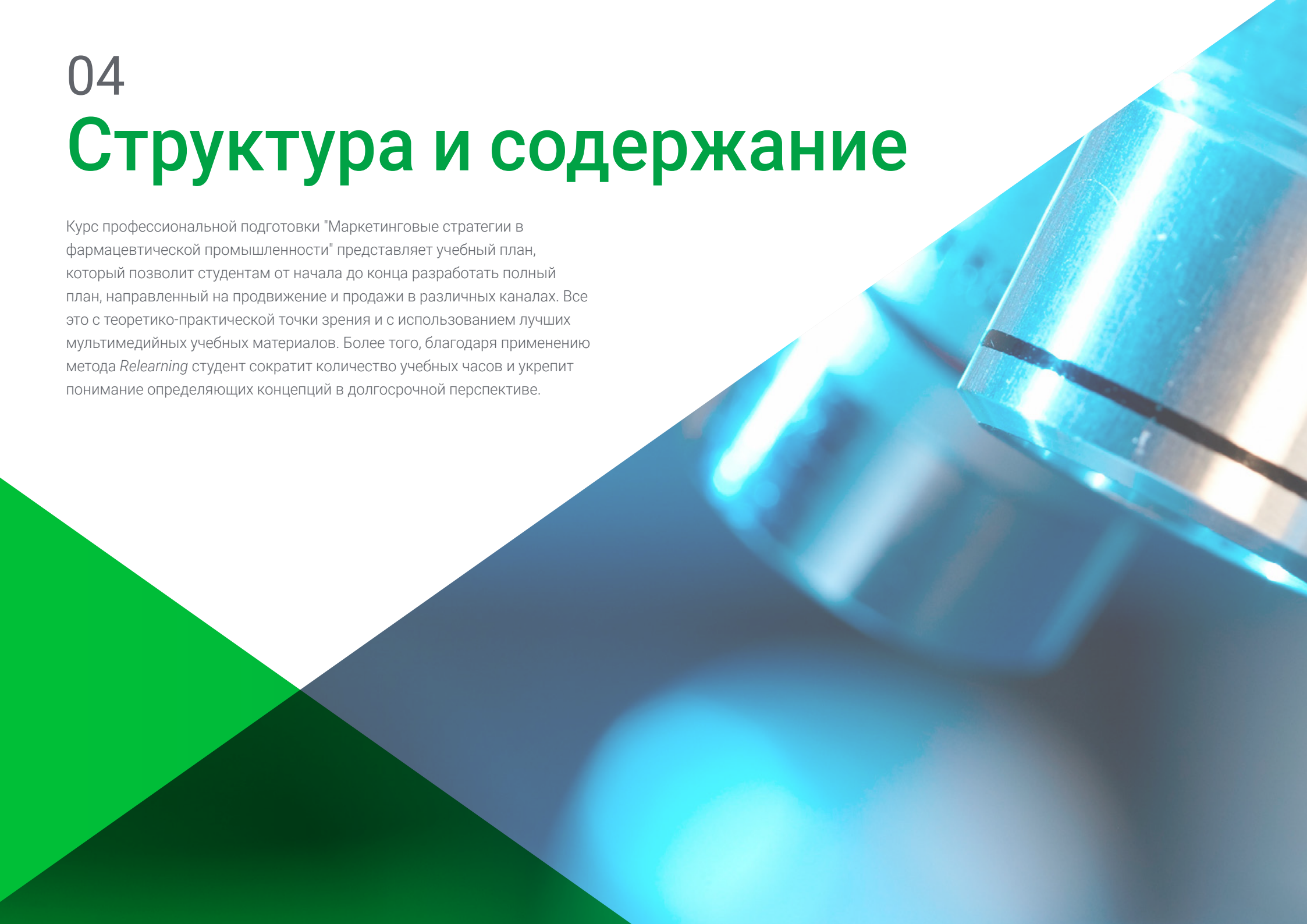
- ♦ Ответственный за полный портфель биоаналогов и госпитальных дженериков в Iberia Commercial Head
- ♦ Директор по маркетингу в компании Biogen
- ♦ Менеджер по маркетингу в SNC
- ♦ Степень магистра в области маркетинга и коммерческого менеджмента Высшей школы административного управления и управления предприятиями (ESADE)
- ♦ Степень бакалавра в области экономики Мадридского университета имени Карлоса III



04

Структура и содержание

Курс профессиональной подготовки "Маркетинговые стратегии в фармацевтической промышленности" представляет учебный план, который позволит студентам от начала до конца разработать полный план, направленный на продвижение и продажи в различных каналах. Все это с теоретико-практической точки зрения и с использованием лучших мультимедийных учебных материалов. Более того, благодаря применению метода *Relearning* студент сократит количество учебных часов и укрепит понимание определяющих концепций в долгосрочной перспективе.



“

Используя метод Relearning, вы оптимизируете свое обучение и не будете тратить много часов на изучение наиболее важных концепций”

Модуль 1. План маркетинга в фармацевтической промышленности

- 1.1. Основа плана фармацевтического маркетинга
 - 1.1.1. Анализ среды
 - 1.1.2. Возможности
 - 1.1.3. Угрозы
 - 1.1.4. Реализация
- 1.2. Цели маркетингового плана
 - 1.2.1. SMART-цели
 - 1.2.2. Цели проникновения на рынок
 - 1.2.3. Цели по росту продаж
 - 1.2.4. Цели по повышению лояльности клиентов
- 1.3. Общая стратегия маркетингового плана
 - 1.3.1. Определение видения
 - 1.3.2. Постановка целей
 - 1.3.3. Инструменты маркетингового плана
 - 1.3.4. Выводы
- 1.4. Маркетинг OTC
 - 1.4.1. Анализ рынка продуктов OTC
 - 1.4.2. Разработка стратегии
 - 1.4.3. Дизайн упаковки
 - 1.4.4. Разработка стратегии расширения
- 1.5. Маркетинг *потребительских услуг*
 - 1.5.1. *Брендинг*
 - 1.5.2. Использование цифрового маркетинга
 - 1.5.3. Определение ключевых стратегий
 - 1.5.4. Выводы
- 1.6. Медицинский маркетинг
 - 1.6.1. Специфические потребности
 - 1.6.2. Связи с общественностью
 - 1.6.3. Управление медицинскими конференциями
 - 1.6.4. Стратегии для клиник



- 1.7. Маркетинг пищевых компонентов
 - 1.7.1. Оценка эффективности
 - 1.7.2. Тенденции маркетинга продуктов питания
 - 1.7.3. Достижения в области маркетинга продуктов питания
 - 1.7.4. Выводы
- 1.8. Маркетинг дженериков
 - 1.8.1. Образование потребителей
 - 1.8.2. *Брендинг* и маркировка
 - 1.8.3. PPV
 - 1.8.4. Выводы
- 1.9. Маркетинг больничной продукции
 - 1.9.1. Определение целевого рынка
 - 1.9.2. Сотрудничество с поставщиками
 - 1.9.3. Демонстрации
 - 1.9.4. Выводы
- 1.10. Цифровой маркетинг в фармацевтической отрасли
 - 1.10.1. Оптимизация поисковых систем
 - 1.10.2. PPC
 - 1.10.3. Стратегии мобильного маркетинга
 - 1.10.4. Email-маркетинг

Модуль 2. Управление маркетингом в фармацевтической промышленности

- 2.1. Коммуникация
 - 2.1.1. Эффективная и действенная коммуникация
 - 2.1.2. Участие в мероприятиях
 - 2.1.3. Коммуникационная команда
 - 2.1.4. Внутренняя коммуникация
- 2.2. Реклама
 - 2.2.1. Печатная реклама
 - 2.2.2. Телевизионная реклама
 - 2.2.3. Радиореклама
 - 2.2.4. Реклама в социальных сетях
- 2.3. Прямой маркетинг
 - 2.3.1. Прямая почтовая рассылка
 - 2.3.2. Текстовые сообщения
 - 2.3.3. Телефонные звонки
 - 2.3.4. Программы лояльности
- 2.4. Электронный маркетинг
 - 2.4.1. Сайт
 - 2.4.2. Партнерский маркетинг
 - 2.4.3. Контент-маркетинг
 - 2.4.4. Онлайн-реклама
- 2.5. Исследование рыночных тенденций
 - 2.5.1. Технологические инновации
 - 2.5.2. Эпидемиологические изменения
 - 2.5.3. Выход на развивающиеся рынки
 - 2.5.4. Цифровизация в здравоохранении
- 2.6. Дифференциация
 - 2.6.1. Инновационные лекарства
 - 2.6.2. Улучшенные формулы
 - 2.6.3. Подход к безопасности
 - 2.6.4. Службы поддержки пациентов
- 2.7. Рекламные кампании
 - 2.7.1. *Got Milk*
 - 2.7.2. *Share a coke*
 - 2.7.3. *The truth*
 - 2.7.4. *Like a girl*
- 2.8. Создание контента
 - 2.8.1. Научные публикации
 - 2.8.2. Образовательные материалы
 - 2.8.3. Онлайн-контент
 - 2.8.4. *Вебинары*
- 2.9. Потребительские нужды
 - 2.9.1. Безопасность
 - 2.9.2. Эффективность
 - 2.9.3. Качество
 - 2.9.4. Доступность

- 2.10. Поведение потребителей
 - 2.10.1. Проблемы со здоровьем
 - 2.10.2. Медицинское влияние
 - 2.10.3. Информационные исследования
 - 2.10.4. Прошлый опыт

Модуль 3. Потребитель

- 3.1. Знание потребителя
 - 3.1.1. Анализ данных о продажах
 - 3.1.2. Профиль потребителя
 - 3.1.3. Изучение общественного мнения
 - 3.1.4. Исследование удовлетворенности потребителей
- 3.2. Тенденция изменения спроса
 - 3.2.1. Старение населения
 - 3.2.2. Информированность о здоровье
 - 3.2.3. Технологические достижения
 - 3.2.4. Профилактическая медицина
- 3.3. Эффективная коммуникация
 - 3.3.1. Понятные сообщения
 - 3.3.2. Научная информация
 - 3.3.3. Прозрачность
 - 3.3.4. Двусторонняя коммуникация
- 3.4. Предыдущий опыт
 - 3.4.1. Фармацевтическое производство
 - 3.4.2. Фармаконадзор
 - 3.4.3. Возмещение расходов
 - 3.4.4. Аналитика данных
- 3.5. Доступность продуктов
 - 3.5.1. Упаковка продукта
 - 3.5.2. Информация, напечатанная шрифтом Брайля
 - 3.5.3. Упаковка единичной дозы
 - 3.5.4. Адаптация форматов



- 3.6. Образование потребителей
 - 3.6.1. Содействие приверженности
 - 3.6.2. Безопасное использование безрецептурных лекарственных средств
 - 3.6.3. Обучение хроническим заболеваниям
 - 3.6.4. Побочные эффекты
- 3.7. Разработка продукта
 - 3.7.1. Доклиническая разработка
 - 3.7.2. Клинические испытания
 - 3.7.3. Производство
 - 3.7.4. Упаковка и маркировка
- 3.8. Отношения между врачом и пациентом
 - 3.8.1. Открытая коммуникация
 - 3.8.2. Прозрачная коммуникация
 - 3.8.3. Совместное принятие решений
 - 3.8.4. Уважение и сопереживание
- 3.9. Социальная ответственность
 - 3.9.1. Этика
 - 3.9.2. Социальная ответственность
 - 3.9.3. Экологическая устойчивость
 - 3.9.4. Прозрачность и подотчетность
- 3.10. Технологическое влияние
 - 3.10.1. Исследования и разработки
 - 3.10.2. Прецизионная медицина
 - 3.10.3. Безопасность данных
 - 3.10.4. Автоматическое обучение



С помощью TECH вы сможете определить свой целевой рынок и установить партнерские отношения со стратегическими поставщиками, чтобы укрепить свои позиции в фармацевтическом секторе"

05

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**.

Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как **Журнал медицины Новой Англии**.



““

Откройте для себя методику Relearning, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания”

В TECH мы используем метод запоминания кейсов

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? На протяжении всей программы вы будете сталкиваться с множеством смоделированных клинических случаев, основанных на историях болезни реальных пациентов, когда вам придется проводить исследования, выдвигать гипотезы и в конечном итоге решать ситуацию. Существует множество научных доказательств эффективности этого метода. Фармацевты учатся лучше, быстрее и показывают стабильные результаты с течением времени.

С TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру.



По словам доктора Жерваса, клинический случай - это описание диагноза пациента или группы пациентов, которые становятся "случаем", примером или моделью, иллюстрирующей какой-то особый клинический компонент, либо в силу обучающего эффекта, либо в силу своей редкости или необычности. Важно, чтобы кейс был основан на текущей профессиональной жизни, пытаюсь воссоздать реальные условия в профессиональной практике фармацевта.

“

Знаете ли вы, что этот метод был разработан в 1912 году, в Гарвардском университете, для студентов-юристов? Метод кейсов заключался в представлении реальных сложных ситуаций, чтобы они принимали решения и обосновывали способы их решения. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете”

Эффективность метода обосновывается четырьмя ключевыми достижениями:

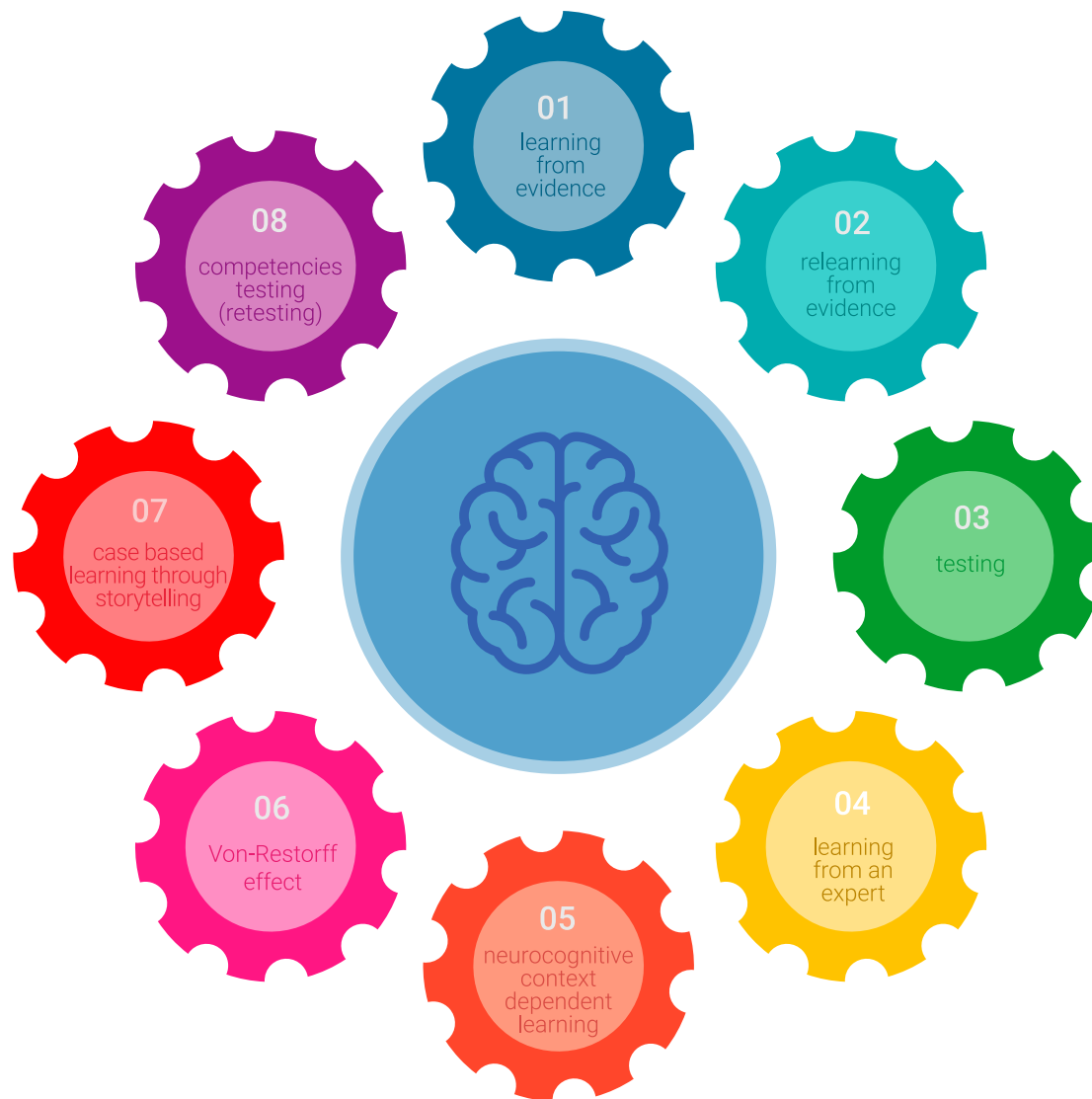
1. Фармацевты, которые следуют этому методу, не только добиваются усвоения знаний, но и развивают свои умственные способности с помощью упражнений по оценке реальных ситуаций и применению своих знаний.
2. Обучение прочно опирается на практические навыки, что позволяет студенту лучше интегрироваться в реальный мир.
3. Усвоение идей и концепций становится проще и эффективнее благодаря использованию ситуаций, возникших в реальности.
4. Ощущение эффективности затраченных усилий становится очень важным стимулом для студентов, что приводит к повышению интереса к учебе и увеличению времени, посвященному на работу над курсом.



Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.



Фармацевт будет учиться на основе реальных случаев и разрешения сложных ситуаций в смоделированных учебных условиях. Эти симуляции разработаны с использованием самого современного программного обеспечения для полного погружения в процесс обучения.

Находясь в авангарде мировой педагогики, метод Relearning сумел повысить общий уровень удовлетворенности специалистов, завершивших обучение, по отношению к показателям качества лучшего онлайн-университета в мире.

С помощью этой методики мы с беспрецедентным успехом обучили более 115 000 фармацевтов по всем клиническим специальностям, независимо от хирургической нагрузки. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу.

Общий балл квалификации по нашей системе обучения составляет 8.01, что соответствует самым высоким международным стандартам.



В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебный материал

Все дидактические материалы создаются преподавателями фармацевтами специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Техники и процедуры на видео

TECH предоставляет в распоряжение студентов доступ к новейшим методикам и достижениям в области образования и к передовому опыту современных процедур фармацевтической помощи. Все с максимальной тщательностью, объяснено и подробно описано самими преподавателями для усовершенствования усвоения и понимания. И самое главное, вы можете смотреть их столько раз, сколько захотите.



Интерактивные конспекты

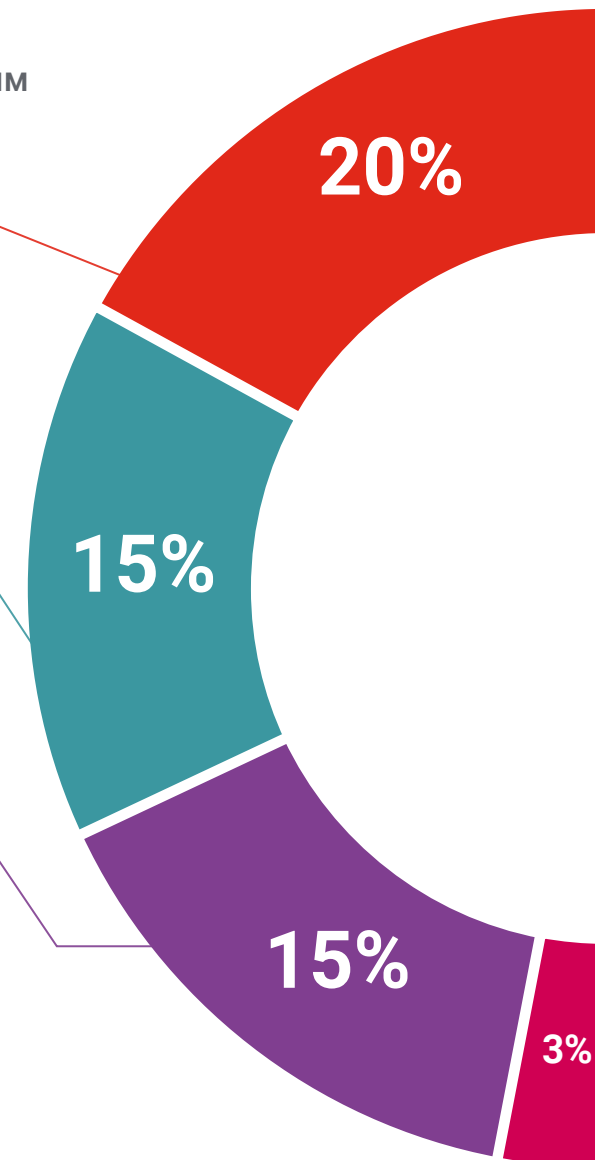
Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

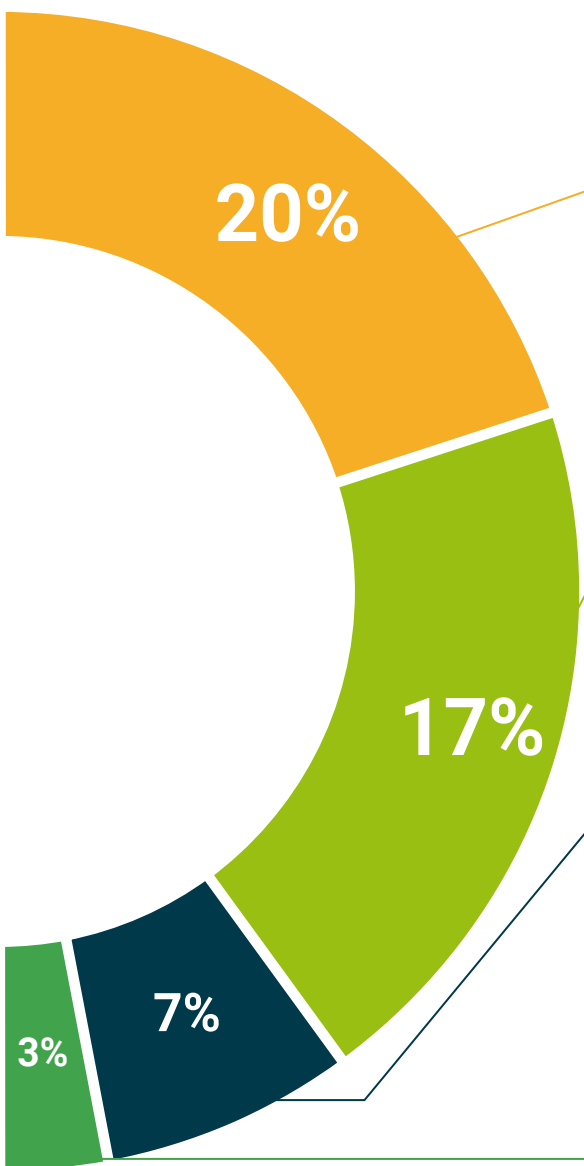
Эта уникальная система для представления мультимедийного контента была отмечена компанией Майкрософт как "Европейская история успеха".



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





Анализ кейсов, разработанных и объясненных экспертами

Эффективное обучение обязательно должно быть контекстным. Поэтому мы представим вам реальные кейсы, в которых эксперт проведет вас от оказания первичного осмотра до разработки схемы лечения: понятный и прямой способ достичь наивысшей степени понимания материала.



Тестирование и повторное тестирование

На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе стороннего экспертного наблюдения: так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



Краткие руководства к действию

TECH предлагает наиболее актуальное содержание курса в виде рабочих листов или кратких руководств к действию. Обобщенный, практичный и эффективный способ помочь вам продвинуться в обучении.



06

Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области маркетинговых стратегий в фармацевтической промышленности гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Курса профессиональной подготовки, выдаваемого TECH Технологическим университетом.



“

Успешно пройдите эту программу и получите университетский диплом без хлопот, связанных с поездками и бумажной волокитой”

Данный **Курс профессиональной подготовки в области маркетинговых стратегий в фармацевтической промышленности** содержит самую полную и современную научную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом о прохождении **Курса профессиональной подготовки**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную на Курсе профессиональной подготовки, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Курса профессиональной подготовки в области маркетинговых стратегий в фармацевтической промышленности**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **6 месяцев**



*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH Global University предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательства

tech технологический
университет

Курс профессиональной
подготовки

Маркетинговые стратегии
в фармацевтической
промышленности

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Курс профессиональной подготовки

Маркетинговые стратегии
в фармацевтической
промышленности

