

1. Основы фармацевтического маркетинга. Спрос на лекарственные средства, классификация спроса. Методы определения потребности в лекарственных средствах.
2. Основы фармацевтического товароведения. основополагающие характеристики товара. Понятие о фармацевтическом товаре, его потребительских свойствах.
3. Классификация и кодирование фармацевтических товаров. Штриховое кодирование.
4. Маркетинговые исследования ассортимента лекарственных препаратов. Принципы формирования ассортимента. Показатели, характеризующие структуру ассортимента ЛП.
5. Упаковка и транспортирование фармацевтических товаров.
6. Маркировка фармацевтических товаров. Информационные и торговые знаки.
7. Товароведение отдельных групп товаров аптечного ассортимента.
8. Организация хранения различных групп лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента.