

1. Планирование в маркетинговом анализе.
2. Маркетинговый анализ различных товаров аптечного ассортимента.
3. Сегментирование фармацевтического рынка.
4. Позиционирование на фармацевтическом рынке.
5. Мерчандайзинг в работе аптек
6. Стили в оформлении аптек
7. Жизненный цикл товара и прогнозирование спроса
8. Экспертные методы в прогнозировании потребления на фармацевтическом рынке.
9. Реализация плана маркетингового анализа.
10. Эффективность маркетинговых исследований.