

Фармацевтический филиал
государственного бюджетного профессионального
образовательного учреждения
«Свердловский областной медицинский колледж»

Реклама, как фактор продвижения лекарственных средств в аптечной организации

Квалификационная работа
Специальность 33.02.1 Фармация

Исполнитель:
Флягина Александра Дмитриевна
Студентка 418 группы

Руководитель:
Черникова Елена Владимировна,
преподаватель профессионального
модуля

Екатеринбург

2021

Цель

Реклама, как фактор продвижения лекарственных средств в аптечной организации

Задачи

1. Проанализировать нормативные документы и специальную литературу по теме выпускной квалификационной работе.
2. Провести исследование рекламы как фактора продвижения лекарственных препаратов в аптеке ООО «Живика»

База практики

Аптека ООО «Живика» по адресу:
г. Екатеринбург ул. Таганская 56



Товарный знак



Внешняя реклама



Общество с ограниченной ответственностью «АС-Бюро плюс»
ООО «АС-Бюро плюс»

АПТЕКИ
Живика

Аптека

Часы работы:

ПН
ВТ
СР
ЧТ
ПТ
СБ
ВС

8⁰⁰-21⁰⁰

Общество с ограниченной ответственностью «АС-Бюро плюс»
Юридический адрес:
620012, г. Екатеринбург, ул. Уральских рабочих, 28, пом. 87

Внутренняя реклама



Прикассовые мониторы



Воблеры



Шелфтокеры

шелфтокер

nikafarm.ru

Буклеты, листовки

Открылась
новая аптека **Живика** АПТЕКИ

ул. Баумана, 1
тел.: 385-65-02



Скидки*
до **35%**
на лекарства

Каждому покупателю сертификат на 50 рублей в подарок.*



* Акция проводится в аптеке "Живика" по адресу: г. Екатеринбург, ул. Баумана, 1. Скидки до 35% предоставляются на товары, указанные в данной листовке. Срок проведения акции с 05.09.2019 по 18.09.2019 г.

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ
НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

Живика

22 ноября
День распродаж

СКИДКА
увеличена
-22%
на всё

Подробности
в аптеках.

Акция проводится 22 ноября 2018 года.
В акции участвуют аптеки "Живика" в г. Молитогарска.



Дисконтные карты



Вопросы



1. Ваше отношение к использованию различной рекламы в оформлении фасада, торгового зала или витрин?

- положительное
- нейтральное
- отрицательное

2. Обращаете ли вы внимание на рекламу лекарственных препаратов в СМИ?

- да
- нет

3. Обращаете ли вы внимание на рекламу лекарственных препаратов в аптечных организациях?

- да
- нет

4. Помогает ли вам реклама при выборе безрецептурного лекарственного препарата?

- да
- нет

5. Узнаете ли вы полезную информацию о лекарственном препарате исходя из рекламы?

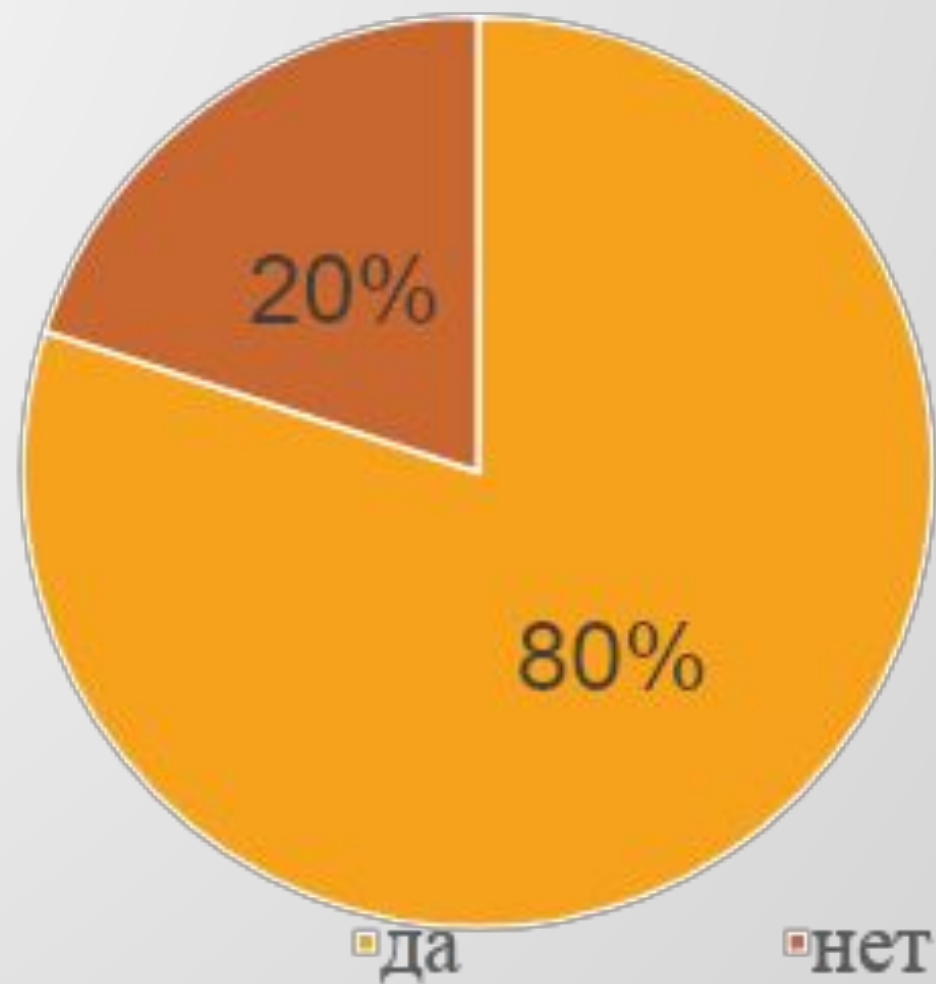
- да
- нет

Анализ результатов опроса

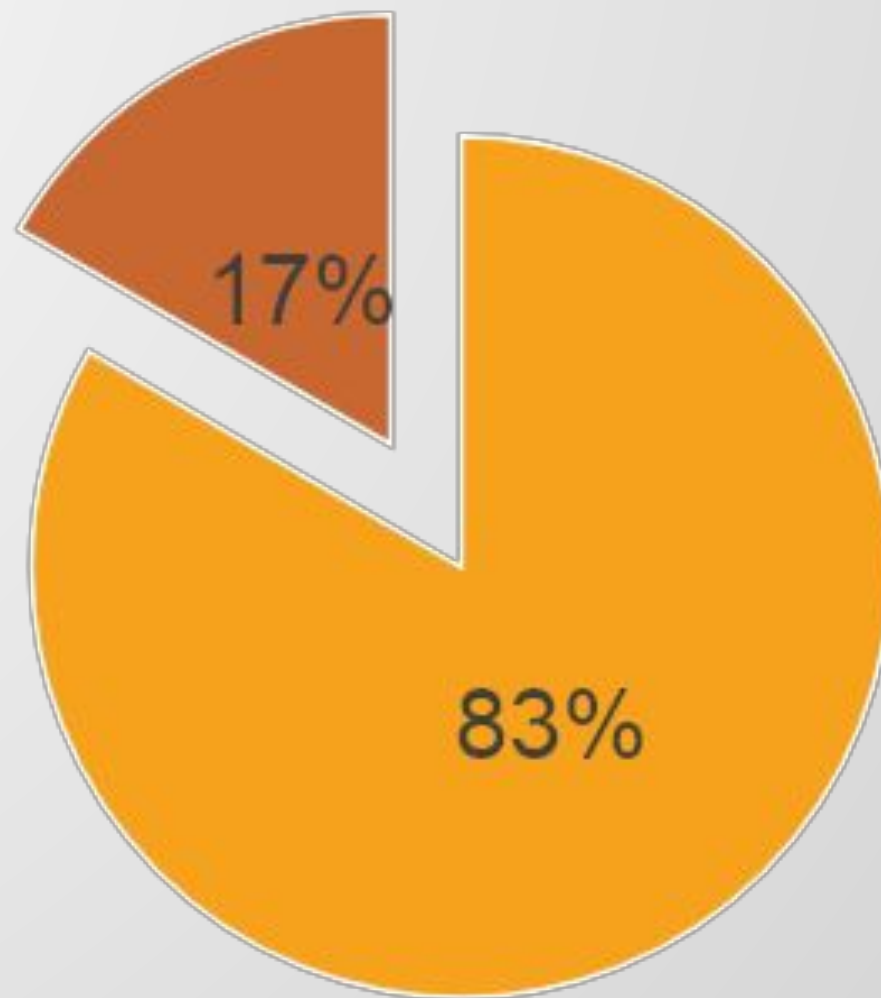
Ваше отношение к использованию различной рекламы в оформлении фасада, торгового зала или витрин?



Обращаете ли вы внимание на рекламу лекарственных препаратов
в СМИ?

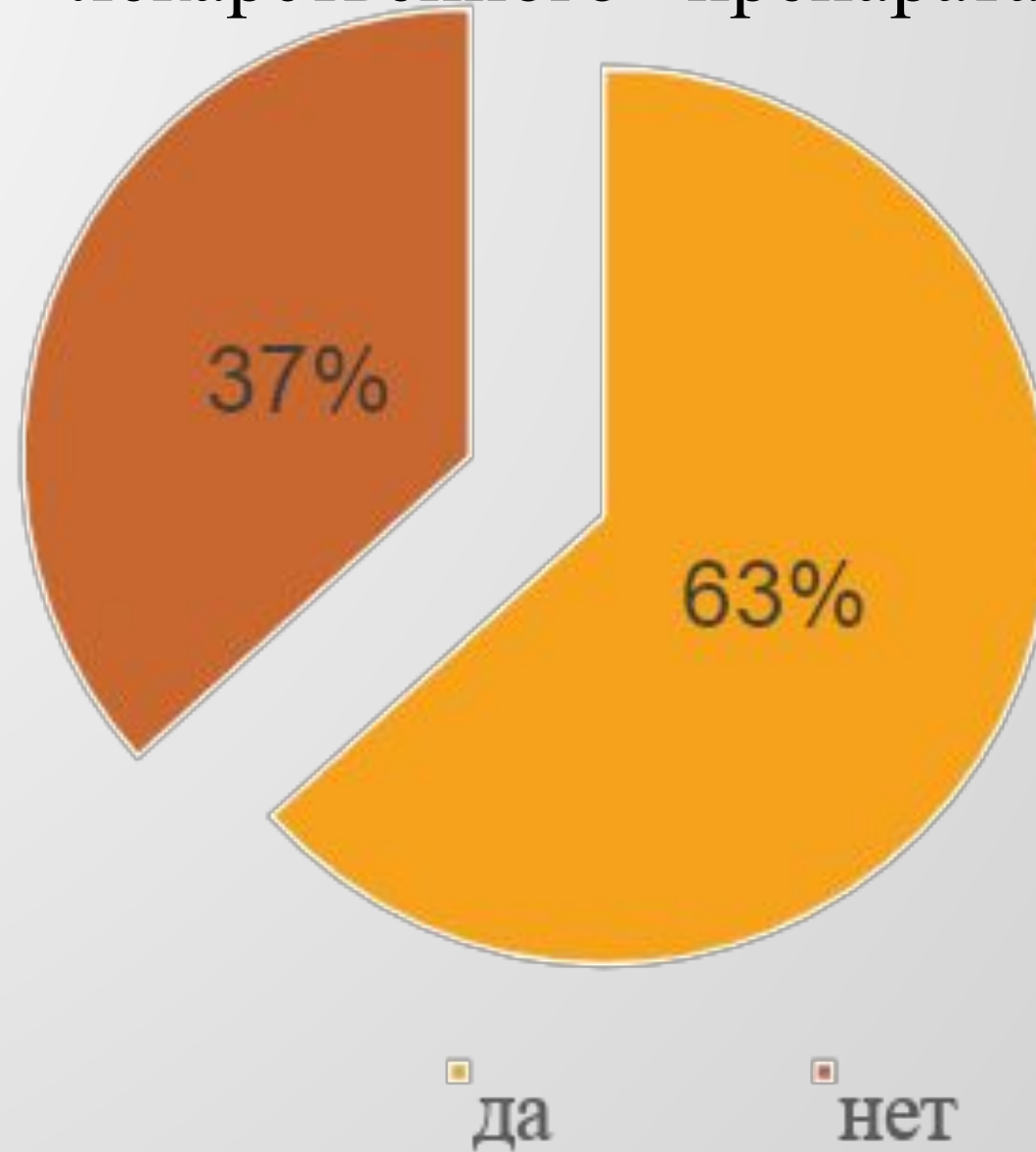


Обращаете ли вы внимание на рекламу лекарственных препаратов в аптечных организациях?

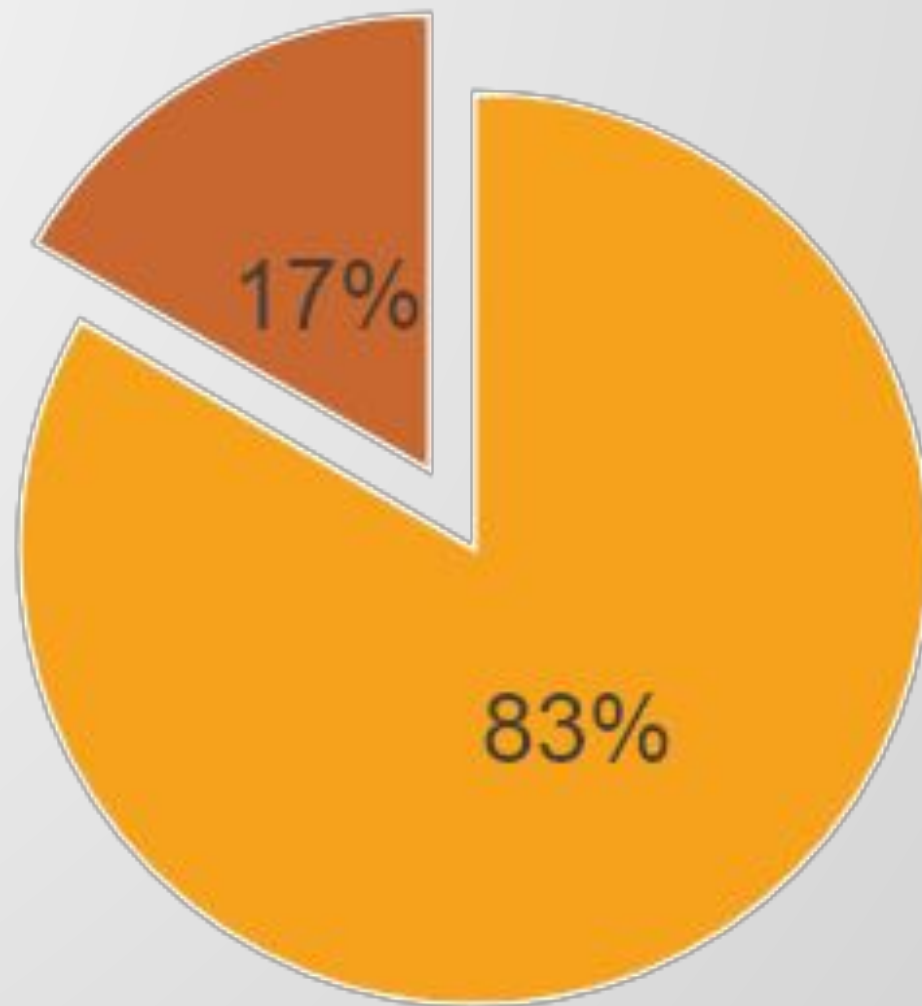


■ да ■ нет

Помогает ли вам реклама при выборе безрецептурного
лекарственного препарата?



Узнаете ли вы полезную информацию о лекарственном препарате
исходя из рекламы?



■ да ■ нет

Анализ продаж лекарственных препараты до и после рекламы

1. Колдакт ФЛЮ плюс № 10
2. Граммидин НЕО таблетки для рассасывания №18
3. Кальций Д3 никомед №120 лимон



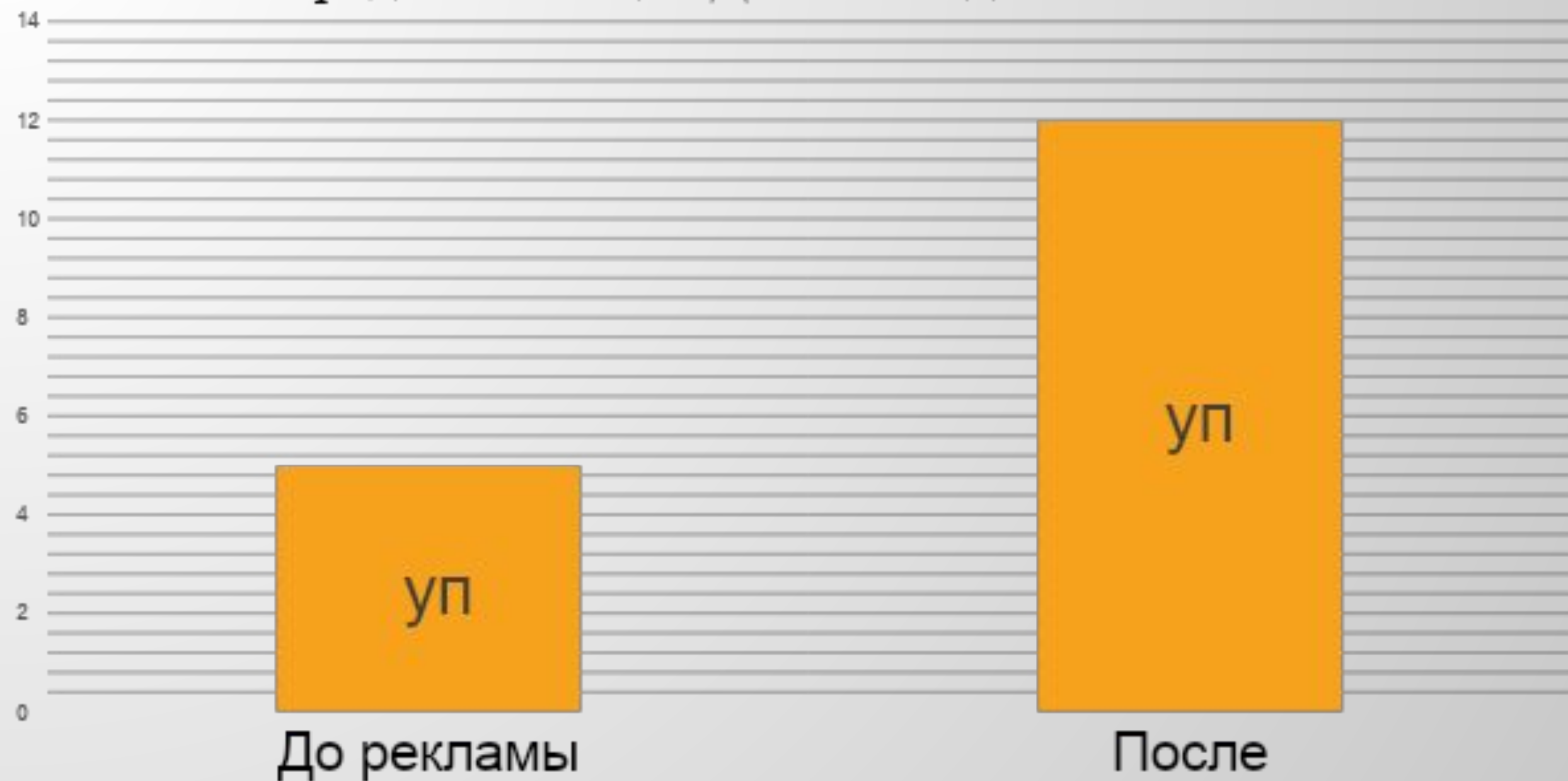
Продажи Колдакт ПЛЮС №10



Продажи Граммидин НЕО таблетки для рассасывания №18



Продажи Кальций ДЗ Никомед № 120 лимон



Заключение

В аптеке используют большое разнообразие рекламы как наружной, так и внешней. Используются печатные материалы, фармацевты постоянно предлагают препараты по скидке, тем самым привлекают клиентов. Результаты опроса показали, что реклама положительно влияет на выбор товара, большинство покупателей прислушиваются к рекламе как к печатной, так и к звуковой.

По результатам исследований можно сделать вывод, что все виды рекламы, используемые для продвижения трех препаратов, показали рост продаж в 2-3 раза. Продажи Колдакт ФЛЮ плюс № 10 повысились в 2,5 раза за 2 недели рекламы, Граммидина НЕО №18 возросли продажи в 1,8 раз, а Кальция Д3 Никомед №120 лимон на 2,4 раза.

Фармацевтический филиал
государственного бюджетного профессионального
образовательного учреждения
«Свердловский областной медицинский колледж»

Реклама, как фактор продвижения лекарственных средств в аптечной организации

Квалификационная работа
Специальность 33.02.1 Фармация

Исполнитель:
Флягина Александра Дмитриевна
Студентка 418 группы

Руководитель:
Черникова Елена Владимировна,
преподаватель профессионального
модуля

Екатеринбург

2021