

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/428670>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Менеджмент в медицине

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕРЧАНДАЙЗИНГА В АПТЕЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 5

1.1 Определение мерчандайзинга в контексте аптечной деятельности 5

1.2 Виды мерчандайзинга и их особенности в аптеке 6

1.3 Психология потребителя и её влияние на выкладку товара 8

Выводы к первой главе 10

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕРЧАНДАЙЗИНГА 12

2.1 Методы оценки эффективности выкладки товаров 12

2.2 Кейс-стади успешных стратегий мерчандайзинга в аптеках 13

2.3 Анализ ошибок и неудачных практик 15

2.4 Современные тенденции и инновации в мерчандайзинге аптек 17

Выводы ко второй главе 19

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 20

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 22

В современном мире, где конкуренция в сфере ритейла достигает своего апогея, важность грамотного подхода к выкладке товара становится очевидной. Это касается не только традиционных торговых точек, но и аптек, где правильная организация товарного пространства напрямую влияет на удовлетворенность и лояльность клиентов. В условиях, когда каждая деталь имеет значение, мерчандайзинг в аптечных сетях становится не просто элементом маркетинговой стратегии, а важнейшим инструментом управления продажами и создания положительного имиджа аптеки.

Мерчандайзинг в аптеке – это наука и искусство одновременно. Он включает в себя не только привлекательную и логичную выкладку товаров, но и глубокое понимание потребностей и предпочтений целевой аудитории. Правильно организованный мерчандайзинг способен не только увеличить продажи, но и сформировать у потребителя уверенность в профессионализме и надежности аптечной сети. Актуальность темы обусловлена необходимостью повышения эффективности аптечного бизнеса в условиях высокой конкуренции и изменяющихся потребительских предпочтений. Внедрение принципов мерчандайзинга в практику работы аптек может стать решающим фактором в привлечении и удержании клиентов, а также повышении их лояльности.

Целью данной работы является изучение и анализ принципов мерчандайзинга в аптечной сети.

Для достижения поставленной цели перед нами стоят следующие задачи:

1. Изучить теоретические основы мерчандайзинга и его значение для аптечного бизнеса.
2. Проанализировать существующие методы и принципы выкладки товара в аптеках.
3. Выявить наиболее эффективные практики мерчандайзинга в аптечной сети.
4. Изучить современные тенденции и инновации в мерчандайзинге аптек.

Объектом исследования выступает процесс выкладки товара в аптеках.

Предметом исследования являются принципы и методы мерчандайзинга, применяемые в аптечных сетях.

Теоретическую базу исследования составляют работы отечественных и зарубежных ученых в области маркетинга, мерчандайзинга и управления ритейлом. Кроме того, значимый вклад в теоретическую базу вносят публикации в специализированных журналах и материалы конференций, посвященных вопросам ритейла и аптечного бизнеса.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕРЧАНДАЙЗИНГА В АПТЕЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1 Определение мерчандайзинга в контексте аптечной деятельности

Мерчандайзинг в аптечной сети – это комплекс мероприятий, направленных на повышение эффективности продаж через оптимизацию представления товаров в торговом зале, улучшение их доступности для потребителя и создание привлекательного имиджа аптеки. Эти действия включают в себя не только правильную организацию выкладки товара, но и разработку стратегий ценообразования, проведение акций и использование рекламных материалов внутри аптеки [2].

В контексте аптечной деятельности, мерчандайзинг приобретает особое значение, поскольку товары, представленные в аптеках, имеют высокую социальную значимость. Это означает, что аптеки несут ответственность не только за финансовые результаты своей работы, но и за здоровье населения. В связи с этим, мерчандайзинг в аптеке должен учитывать не только коммерческие интересы, но и этические нормы, а также стремиться к обеспечению наилучшего обслуживания клиентов.

Одной из ключевых задач мерчандайзинга в аптеке является обеспечение доступности и понимания информации о товарах для всех категорий покупателей. Это включает в себя не только удобство и логику размещения товаров, но и предоставление полной и актуальной информации о них, что особенно важно для медицинских препаратов и товаров медицинского назначения.

Принципы мерчандайзинга в аптечной деятельности также включают в себя использование специализированных методик выкладки товаров, например, «зоны захвата внимания», которые позволяют привлечь внимание покупателей к наиболее важным или прибыльным товарам. Кроме того, важное значение имеет создание комфортной и дружелюбной атмосферы в аптеке, что способствует повышению уровня доверия и лояльности клиентов.

Не менее важным аспектом мерчандайзинга является анализ и прогнозирование потребностей покупателей, что позволяет аптеке оперативно реагировать на изменения спроса и предлагать покупателям наиболее актуальные и востребованные товары. Это требует от аптеки не только внедрения современных систем управления запасами, но и постоянного изучения опыта и отзывов покупателей.

1. Андрианова, Г. Н., Каримова, А. А., Бадаев, Ф. И. Категорийный менеджмент в фармации / Г. Н. Андрианова, А. А. Каримова, Ф. И. Бадаев. - Издательство УГМУ, 2017.
2. Кузнецова, М. Мерчендайзинг в аптеке / М. Кузнецова. - 2016.
3. Розничная продажа фармацевтической продукции: правила игры. // Маркетинг в России и за рубежом. - 2008.
4. Славич-Приступа, А. Реклама и мерчандайзинг в аптеке / А. Славич-Приступа. - Литтерра, 2006.
5. Яковлева Д., Битерякова А. Некоторые аспекты анализа аптечного ассортимента в сетевых аптеках. // Экономический вестник фармации. - 2005.
6. Мерчандайзинг в аптеке. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://leaderteam.ru/merchandizg/merchandajzing-v-apteke>.
7. Ярцев Д. Предпосылки мерчандайзинга в аптеке. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.mtu-net.ru/pharma-business-analysis>.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/428670>