

Pharmaceutical REPRESENTATIVE

POLSKA

CZY BIG PHARMA PODZIELI LOS DINOZAUROW?

Kiedyś trzej najwięksi producenci samochodów byli na szczycie świata. Czy pharma zdoła uniknąć ich losu?

W NUMERZE

Opracowane przez Instytutu Gallupa wnioski mówiące o tym, że ludzie nie opuszczają firm a opuszczają menedżerów, zrewolucjonizowały sposób, w jaki patrzymy na menedżerów prowadzących zespoły i na to co czynią by zatrzymać pracowników. Wyniki badań nie były projektowane tak, by pomniejszyć rolę firmy w zapobieganiu odchodzeniu pracowników. Badanie sprawiło, że w wielu z nas powstał obraz nietolerancyjnej, nieefektywnej, egoistycznej jednostki, której styl wypycha ludzi z organizacji. Ponieważ pracownicy są wolnymi osobami, znosili tak dużo wewnętrznego napięcia jak tylko mogli, osiągnęli swój punkt wrzenia i odchodzili w poszukiwaniu bardziej przyjaznych miejsc.

→ PHARMA NEWS

- 08**
- Jan Stawiski Dyrektorem Generalnym Allergan Polska
 - Boehringer Ingelheim inwestuje w Chinach
 - Abbott stawia czoła zawirowaniom rynkowym
 - Ipsen i Oncodesign wspólnie walczą z chorobą Parkinsona
 - Roche walczy o przejęcie Illuminy
 - Amgen przejął Micromet
 - Actavis i Bioton zatrzeszą rynkiem insuliny

→ WARTE UWAGI

- 10**
- Wspólne kontrole fabryk przez EMA i FDA
 - Pary preferują spontaniczność w sypialni
 - Raport odpowiedzialności społecznej - GSK wyróżniona
 - Były naukowiec Sanofi przyłapany na kradzieży danych
 - Allergan spodziewa się dużych wzrostów w Europie
 - Astellas najskuteczniejszym japońskim dealmakerem
 - AZ i GSK zasięgają porad u producentów samochodów
 - Viagra przeciw niewydolności serca
 - 100 miliardowy wzrost rynku generycznego

→ DRUG UPDATE

- 13**
- Prolia nagrodzona w konkursie Innowacje Dla Zdrowia
 - Avastin (Roche)
 - Vectibix (Amgen)
 - Esmya (Gedeon Richter)
 - Rasilez (Novartis)



18

→ INDEKS FIRM

Abbott	8	MSD	12
Actavis	9,	Novartis	14, 17
Adamed	17	Novo Nordisk	17
Alofarm	17	Nycomed	12, 17
Allergan	8, 11	Pfizer	8, 12
Amgen	9, 13	Pharma Expert	16, 17
Astellas	11	Pliva Kraków	22, 25
AstraZeneca	11, 17	Polpharma	17
Bayer	17	PricewaterhouseCoopers	2
Bioton	9	Quality Audit House	52
Boehringer Ingelheim	8	Ranbaxy	12
Brass	51	Reckitt Benckiser	17
Eli Lilly	10,	Roche	9, 12, 13, 17
Gedeon Richter	13	Sagra Technology	3
Gett	50	Sandoz	17
GlaxoSmithKline	10, 11, 17	Sanofi	11, 17
Hasco-Lek	17	Sequence	22, 25
IMMOQEE	37	Takeda	12
Ipsen	8, 37	Teva	17
KRKA	17	US Pharmacia	17
Medagro International	49		

W NUMERZE

➔ PHARMA ZOOM

- 16** • Polski rynek farmaceutyczny w pigułce

oraz ...

- ➔ **15** • Co przyniesie rok 2012 na rynku pracy w branży farmaceutycznej?

➔ OD REDAKCJI

05

- ➔ **47** **TWOJE PRAWO PRACY**
• Umowy Śmieciowe. Wyzysk czy Wybawienie?

- ➔ **50** **PHARMATIONARY**
• Sekcja poświęcona terminologii farmaceutycznej i medycznej w języku angielskim

- ➔ **18** **CZY BIG PHARMA PODZIELI LOS DINOZAUROW?**
• Co może uczynić farma by uniknąć błędów producentów samochodów?
Michael Wong

- ➔ **21** **REFUNDACJA A STOSOWANIE LEKÓW POZA WSKAZANIAMI REJESTRACYJNYMI**
• Stan pomiędzy pierwszym a drugim obwieszczeniem
Bogdan Falkiewicz

- ➔ **23** **JAK NA LISTACH LICZONE SĄ NOWE LIMITY I CENY?**
• Dlaczego w obwieszczeniu nie ma leków z ceną poniżej limitu? I tym podobne pytania...
Bogdan Falkiewicz

- ➔ **27** **OD CZŁONKA ZESPOŁU DO LIDERA ZESPOŁU**
• Przygotowanie przedstawicieli do objęcia roli menedżera wymaga czytelnego komunikowania celów organizacji, odpowiedniego wsparcia i bodźców pozapłacowych
Celeste Mosby, Michael Leimbach

- ➔ **30** **EDETAILING EFEKTYWNYM WSPARCIEM SPRZEDAŻY**
Dariusz Goźliński

- ➔ **33** **NOWE SPOSOBY ZGŁĘBIENIA INSIGHTU NOWEGO BRANDU**
• Jeżeli jesteś w stanie nauczyć się rozumienia zachowań pacjentów i lekarzy, jesteś na dobrej drodze do umocnienia pozycji twojego produktu
Ellen Cabacungan, Bronwen Clark

- ➔ **36** **SILA PYTAŃ**
• Sztuka zadawania właściwych pytań jest ważniejsza od samych odpowiedzi
Paweł Ciapała, Mikołaj Pindelski

- ➔ **38** **NIEUSTANNA KAMPANIA**
• Przy coraz ostrzejszej walce o udziały rynkowe, sposób wprowadzenia produktu na rynek przeszedł transformację od skoncentrowanego, frontalnego ataku do subtelnej, przekonującej sztuki kampanijnej, w której kluczowym czynnikiem staje się to co zrobisz jeszcze przed rejestracją produktu
Jeff Holmes

- ➔ **42** **AMPLIFYING INTERNETOWY I ERZECZNIK MARKI**
• Czyli jak dotrzeć do konsumentów w ostatnich fazach procesu zakupowego?
Michał Siejak

- ➔ **45** **DR GOOGLE AUTORYTETEM MEDYCZNYM POLAKÓW**
• Co robią Polacy, gdy chcą zasięgnąć informacji związanej ze swoim zdrowiem?
Mirek Polyniak

