

С.Ж.АСФЕНДИЯРОВ АТЫНДАҒЫ
ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ МЕДИЦИНА
УНИВЕРСИТЕТІ



КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
С.Д.АСФЕНДИЯРОВА

«ФАРМАЦЕВТ- МЕНЕДЖЕР» МОДУЛІ

Тақырып:

Дәрілік заттарды жарнамалау.

ҚР жарнама туралы заңы.

Орындаған: Мұхамедсадық Ұ.Т.

Тексерген: Елшибекова Қ.М.

Тобы: ТФП – 13 (002-01) к, 3курс

Алматы, 2016 жыл

Жоспар:

- Кіріспе
- Негізгі бөлім
 - Жарнама тарихы.
 - Жарнама түрлері мен құралдары.
 - Дәрілік жарнама. Дәрілік заттарды жарнамалау туралы заң.
- Қорытынды
- Пайдаланылған әдебиеттер

Кіріспе

Біздің қазіргі өмірімізді ашық жарнамаларсыз елестету мүмкін емес. Олардың көптігі соншалықты, олар барлық жерде. Бірақ біздің өмірімізді жарнамасыз елестету мүмкін емес. Онда біз әлем жетістіктерінен бейхабар болар едік. Мәдениеттегі, ғылымдағы, индустриядағы қандай да бір жетістіктер, біздің өміріміздің барлық саласындағы кез келген жаңалықтар көлеңкеде қалар еді. Тіпті кез келген сайлаулар, жарнамасыз қажетті деңгей мен нәтижеге жетпес еді. Осылайша жарнаманың көмегімен жетістіктер туралы білуге болады, сондай-ақ өз қызметтерін, жұмыстарды жылжытуға және ақша табуға болады.

Жарнама – ақпараттың бір түрі.

Жарнама – бұл тауар мен қызметтер туралы ақпараттарды, оларға сұранысты көбейту мақсатымен тарату болып табылады.

Жарнама тауар өндірісі дамуының алғашқы кезеңінде-ақ пайда болған. Ежелгі Греция мен Римде коммерциялық сипаттағы хабарлар ағаш, мыс және сүйек тақталарға жазылып, қалалық жаршылармен қатты дауыстап оқылған.

Жарнама маркетингтің негізгі бөлігі ретінде қарастырылады. Бүгінде жарнама бәсекелестік күрестің негізгі құралдарының бірі болып отыр.



ЖАРНАМА

Ең алғаш жарнама жұмысын 1841 жылы ағылшын азаматы Волни Пальмер ашты. Ең үлкен жарнамалық агенттіктің бірін XIX ғасырда Джордж Роуел басқарды. Әлемнің әр түкпірінде жарнама жасаумен айналысатын арнайы компаниялар құрыла бастады. Бұл жарнама бизнесінің дамуына үлкен әсер етті. *Мысалы: «Хайнс», «Американ тобакко», «Проктер энд Гэмбл» т.б.осының үлкен дәлелі.* Қашан да тұтынушылар жарнамасы сәтті сауда маркаларын қолдайды. Жарнамалардың жылдам дамуына байланысты XIX ғасырда тек қана жарнамалық сипаттағы көлемді журналдар шыға бастады.



Волни Пальмер

Жарнаманың түрлері көп:

- сату орнындағы Жарнама,
- институционалдық (жақсы пікір қалыптастыру мақсатындағы) жарнама,
- хабарламалық жарнама,
- сауда және көлік жүйесіндегі жарнама,
- көше жарнамасы (*плакат, афиша*),
- ауызша жарнама,
- баспалық жарнама т.б.



Жарнаманың қарапайым түрлері б.з.б. пайда болды.



Жарнама түрлері мен құралдары

Тұтынушыға жарнама әр түрлі құралдар арқылы жетеді. Жарнама түрлерін былайша жіктеуге болады:

1. Мақсаттық белгіленуіне қарай:

- тауарлар мен қызметтер жарнамасы;
- идея-ойлар жарнамасы;
- пайда алу үшін бағытталған коммерциялық жарнама;
- пайда алуды көздемейтін коммерциялық емес жарнама



2. Мақсатты бағытына сәйкес жарнама типтері.

1) **Марка жарнамасы** тұтынушылардың тауар маркасы туралы хабардар болуына және фирманың нарықтағы үлесін арттыруға бағытталған. **Оның мақсаты** – бәсекелес марканың сатып алушыларын үйіру арқылы таңдамалы сұранысты ынталандыру.

2) **Тауар жарнамасының мақсаты** – жалпы тауар категориясына алғашқы сұранысты ынталандыру. Мұндай жарнама салалық өткізуді өсіруге бағытталған болса, марка жарнамасы осы өткізу көлемінен өзі үлесін бөліп алуға арналған.

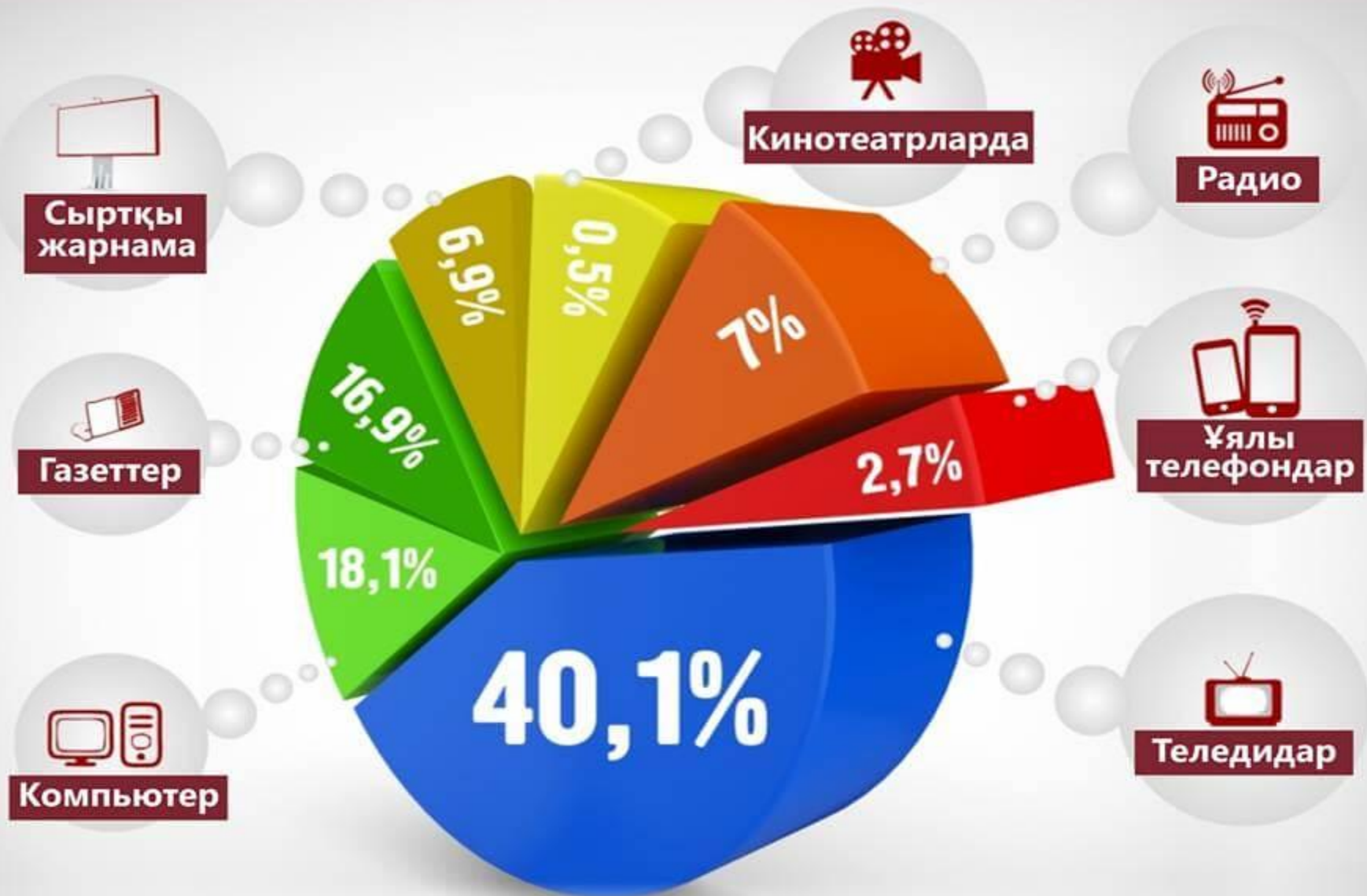
3) Корпорация немесе компания жарнамасы олардың бейнесін жасауға бағытталған.

4) Бірлескен жарнамада өндіруші бөлшек саудагерлердің тауарды жарнамалауға кеткен шығындарының орнын толтырады.

5) Имидж жарнаманың негізгі мақсаты – адамдар санасында тауардың немесе фирманың жағымды бейнесін жасау, ал ынталандырушы жарнаманың мақсаты – тауарлар мен қызметтердің өткізілуін ынталандыру.



ӘЛЕМДІК ЖАРНАМА НАРЫҒЫ



ДЕРЕККӨЗ

ZenithOptimedia
The ROI Agency

ДӘРІЛІК ЖАРНАМА

- *Адамдардың беймәлім тобына арналған және жеке немесе заңды тұлғаларға, тауарларға, тауар белгілеріне, жұмыстарға, көрсетілетін қызметтерге қызығушылықты қалыптастыруға немесе қолдауға арналған және оларды өткізуге жәрдемдесетін кез келген нысанда, кез келген құралдардың көмегімен таратылатын және орналастырылатын ақпарат.*



Дәрілік заттарды, медициналық мақсаттағы бұйымдар мен медициналық техниканы жарнамалауды жүзеге асыру қағидаларын бекіту туралы

- *Қазақстан Республикасы Денсаулық сақтау және әлеуметтік даму министрінің 2015 жылғы 27 ақпандағы № 105 бұйрығы. Қазақстан Республикасының Әділет министрлігінде 2015 жылы 9 сәуірде № 10667 тіркелді.*

● *Министр*

Т. Дүйсенова



Қазақстан Республикасында дәрілік заттардың, медициналық мақсаттағы бұйымдар мен медициналық техниканың жарнамасын жүзеге асыру қағидалары

- 1. Жалпы ережелер

- 1. Осы Қазақстан Республикасында дәрілік заттардың, медициналық мақсаттағы бұйымдар мен медициналық техниканың жарнамасын жүзеге асыру қағидалары (бұдан әрі – Қағидалар) «Жарнама туралы» Қазақстан Республикасының 2003 жылғы 19 желтоқсандағы [Заңына](#), «Халық денсаулығы және денсаулық сақтау жүйесі туралы» Қазақстан Республикасының 2009 жылғы 18 қыркүйектегі Кодексінің [18-бабына](#) сәйкес әзірленген және Қазақстан Республикасында дәрілік заттардың, медициналық мақсаттағы бұйымдар мен медициналық техниканың жарнамасын жүзеге асыру тәртібін айқындайды.

2. Дәрілік заттардың, медициналық мақсаттағы бұйымдар мен медициналық техниканың жарнамасын жүзеге асыруға қойылатын талаптар

3. Дәрілік заттарды, медициналық мақсаттағы бұйымдар мен медициналық техниканы таратуға және орналастыруға мерзімдік баспа басылымдарында, басқа бұқаралық ақпарат құралдарында және денсаулық сақтау ұйымдарында жол беріледі.

Рецептілер бойынша босатылатын, оның ішінде құрамында есірткі құралдары, психотроптық заттар және прекурсорлар бар дәрілік заттардың жарнамасы медицина және фармацевтика қызметкерлеріне арналған мамандандырылған мерзімді баспа басылымдарында жүзеге асырылады.

3. Дәрілік заттардың, медициналық мақсаттағы бұйымдар мен медициналық техниканың жарнамалық материалдарына бағалау жүргізу тәртібі

11. Жарнаманы сәйкестікке бағалауды өтініш беруші мен сараптама ұйымы арасында жасалған шартқа сәйкес осы Қағидаларға 1-қосымшаға сәйкес нысан бойынша өтініштің және сараптама ұйымы бекіткен прејскурантқа сәйкес құн төлемінің негізінде сараптама ұйымы жүргізеді.



Пайдаланылған әдебиеттер:

- <http://adilet.zan.kz>
- Google.kz сайты
- businessnews.kz сайты

Назарларыңызға рахмет!

