

PŘÍLOHA 1

Podrobná specifikace předmětu plnění veřejné zakázky ODBORNÉ VZDĚLÁVÁNÍ VE FARMACEUTICKÉM VELKOOBCHODU

DÍLČÍ ČÁST 1 ZBOŽÍZNALSTVÍ

1.1 Kurz Zbožiznalství – informace o produktech ve farmaceutickém velkoobchodě

Anotace:

- Základní členění do ATC a OTC skupin, jejich význam a využití.
- Vývoj trhu z pohledu kategorií ATC a OTC skupin.
- Klasifikace výrobců z pohledu skladby sortimentu.
- Skladba sortimentu PHARMOS z pohledu ATC a OTC skupin, porovnání s vývojem trhu.
- Změny podmínek při výdeji produktů (OTC switch, rozdíly v registraci, vystavení produktů, činnosti SÚKL a SZU).
- Logistická omezení při prodeji (teplotní režim, omamné látky, reklamace, podmínky skladování, stahování produktů na pokyn SÚKL).
- SDP a její aplikace, přehled distributorů léčiv, ZM a doplňků stravy v ČR, lékárny s distribučním povolením.
- Vývoj distribuce LP, nové distribuční modely, alokační limity, DTP.

Cílová skupina:	klíčoví zaměstnanci – management (8 os.), marketing (5 os.), prodej (21 os.), nákup (19 os.) a kvalita a jakost (10 os.)
Rozsah:	56 hod. / 7 dnů
Počet skupin:	6
Počet lidí ve skupině:	8-12
Celkem školených lidí:	63
Vazba na rozpočet:	6 skupin x 7 škol. dnů x 15.000 Kč/den = 630.000 Kč

1.2 Kurz Zbožiznalství – cenotvorba

Anotace:

- Principy tvorby cenotvorby u regulovaných přípravků registrovaných a neregistrovaných.
- Cenová legislativa (max.ceny, úhrady), kontrolní činnost SÚKL.
- Úloha zdravotních pojišťoven v procesu cenotvorby.
- Možnosti nastavení mrk.akcí u jednotlivých typů produktů.
- Cenotvorba jako nástroj na optimalizaci hrubého zisku v lékárně.

Cílová skupina:	klíčoví zaměstnanci – management (8 os.), marketing (5 os.), prodej (21 os.), nákup (19 os.) a kvalita a jakost (10 os.)
Rozsah:	16 hod. / 2 dny
Počet skupin:	6
Počet lidí ve skupině:	8-12
Celkem školených lidí:	63
Vazba na rozpočet:	6 skupin x 2 škol. dny x 15.000 Kč/den = 180.000 Kč

1.3 Kurz Zbožiznalství – místo prodeje

Anotace:

- Řízení kategorií volně prodejných léků v lékárnách v sítích a mimo ně.
- Merchandising a alternativní způsoby vystavení volně prodejných přípravků v lékárnách.
- Změny dispozičního řešení lékáren v závislosti na situační analýze lékáren.

Cílová skupina:	klíčoví zaměstnanci – management (8 os.), marketing (5 os.), prodej (21 os.), nákup (19 os.) a kvalita a jakost (10 os.)
Rozsah:	24 hod. / 3 dny
Počet skupin:	6
Počet lidí ve skupině:	8-12
Celkem školených lidí:	63
Vazba na rozpočet:	kurzovné: 6 skupin x 3 škol. dny x 15.000 Kč/den = 270.000 Kč

1.4 Kurz Zbožiznalství – reklama a podpora prodeje

Anotace:

- Legislativní omezení reklamy ve zdravotnictví.
- Dopad aktuální legislativy EU v oblasti doplňků stravy na category management a merchandising (roztřídění sortimentu do kategorií a možnost jejich vystavení v lékárnách.
- Postupy výrobců a lékárenských sítí při propagaci produktu s výdejem na recept i ve volném prodeji.

Cílová skupina:	klíčoví zaměstnanci – management (8 os.), marketing (5 os.), prodej (21 os.), nákup (19 os.) a kvalita a jakost (10 os.)
Rozsah:	16 hod. / 2 dny
Počet skupin:	6
Počet lidí ve skupině:	8-12
Celkem školených lidí:	63
Vazba na rozpočet:	6 skupin x 2 škol. dny x 15.000 Kč/den = 180.000 Kč

DÍLČÍ ČÁST 2 SYSTÉMY VÝPOČETNÍ TECHNIKY

Kurz Systémy výpočetní techniky v oblasti léků a stravních doplňků

Anotace:

- pokročilá úroveň využití PC a komunikačních prostředků (rozsah 16 hod.)
- Ekonomika současné lékárny a lékárenské skladové systémy LEKIS, Farmis a ostatní, ekonomické výstupy a práce s daty.
- AISLP, Pharmdata a další informační systémy LP a DS.
- Práce s daty Pharmos, vyhodnocování akcí, vývoj trhu.

Cílová skupina:	klíčoví zaměstnanci – management (8 os.), marketing (5 os.), prodej (21 os.), nákup (19 os.) a kvalita a jakost (10 os.)
Rozsah:	40 hod. / 5 dnů
Počet skupin:	6
Počet lidí ve skupině:	8-12
Celkem školených lidí:	63
Vazba na rozpočet:	6 skupin x 5 škol. dnů x 15.000 Kč/den = 450.000 Kč

Způsob realizace:

Jednotlivé kurzy budou probíhat v celkem 6 skupinách zaměstnanců (rozdělení do skupin podle místa výkonu práce, příp. podle pracovního zařazení) a budou zajišťována externí vzdělávací společnost.

Jednotlivá školení budou realizována v samostatných 1denních blocích v periodicitě cca 1 školicí den / měsíc – důvodem pro rozvolnění výuky do delšího časového období je snaha žadatele předejít případnému přetížení zaměstnanců při plnění běžných pracovních úkolů (realizace vícedenních školení najednou příliš „nabourává“ výkon jednotlivých profesí, které je třeba realizovat operativně a bez větších prodlev (pravidelné objednávky, komunikace se zákazníky apod.).

Harmonogram: 06 / 2013 – 04/2014.

Požadované přínosy cílové skupině a zadavateli:

Jednotlivé činnosti vykonávané v rámci velkoobchodního systému v oblasti léků a doplňkového sortimentu vyžadují u jednotlivých skupin zaměstnanců tytéž odborné znalosti. Rozdíl je pouze v jejich aplikaci, kdy výkon jednotlivých činností na sebe navazuje a v čerpání informací se prolíná. Přínosy spatřujeme tyto:

- 1) Oblast informací o produktech - zvýšená orientace ve skupině léčiv se stejnou účinnou látkou a zvýšená orientace ve skupině stejných nebo obdobných stravních doplňků umožní dosáhnout lepších výsledků při vyjednávání s výrobcí a dodavateli z hlediska obchodních podmínek (možnost flexibilně a rychle zhodnotit konkurenční nabídky). Stejně tak tyto znalosti podpoří prodej, kdy lepší znalost produktů ve skupině obchodníků znamená lepší poradenství v souvislosti s nabídkou produktů odběratelům.
- 2) Oblast cenotvorby – schopnost kvalitnějšího výběru produktů do marketingových akcí a kvalitnější definování jednotlivých marketingových akcí povede ke zvýšení marží pro společnost PHARMOS.
- 3) Oblast místa prodeje – schopnost cílenější nabídky odběratelům a dovednost doporučit k prodeji vzájemně se doplňující produkty povede ke zvýšení marží i navýšení tržeb žadatele.
- 4) Oblast reklamy a podpory prodeje – koncentrace na širší soubory (skupiny produktů) oblastí podpory podpory, schopnost kooperace při podpoře prodeje s výrobcí – úspory nákladů při zachování účinnosti.
- 5) Oblast vzdělávání ve využívání systémů výpočetní techniky – celkové zvyšování uživatelských dovedností zaměstnanců, schopnost lepší orientace ve výběru výrobců, jejich produktů a možností rychlého porovnání s konkurenčními produkty, správný výběr sortimentu k obchodování – povede k nižším zásobám a nárůstu marží.