

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК

■ ЕЖЕНЕДЕЛЬНАЯ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ
ГАЗЕТА

Фармацевтический
ВЕСТНИК

МЕДИА-КИТ
2025





Ведущее информационно-аналитическое издание для специалистов фармрынка и смежных отраслей.

→ **30** x **30**
 номеров лет
 в год на рынке

→ **16 200**
 сертифицированный тираж

→ **9 000**
 дополнительно
 тысяч подписчиков на электронную
 версию газеты

Главный источник информации для фармрынка



Мы делаем «Фармацевтический вестник» вместе

Ключевые ньюсмейкеры



Регуляторы:



МИНИСТЕРСТВО
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА
ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ



МИНПРОМТОРГ
РОССИИ



Федеральная
Антимонопольная
Служба

Профильные профессиональные ассоциации:



Ассоциация
независимых аптек
самостоятельная организация



Аналитические компании:



Топовые журналисты рынка



Оксана Григорьева,

главный редактор «ФВ», персона года в номинации «Лучший журналист года» 2022, 2023 годов¹, продюсер, модератор профильных конференций



Елена Калиновская,

руководитель отдела аналитики, куратор производственного сегмента. Автор эксклюзивных обзоров и аналитических материалов. Индекс цитируемости **8,7²**



Ольга Коберник,

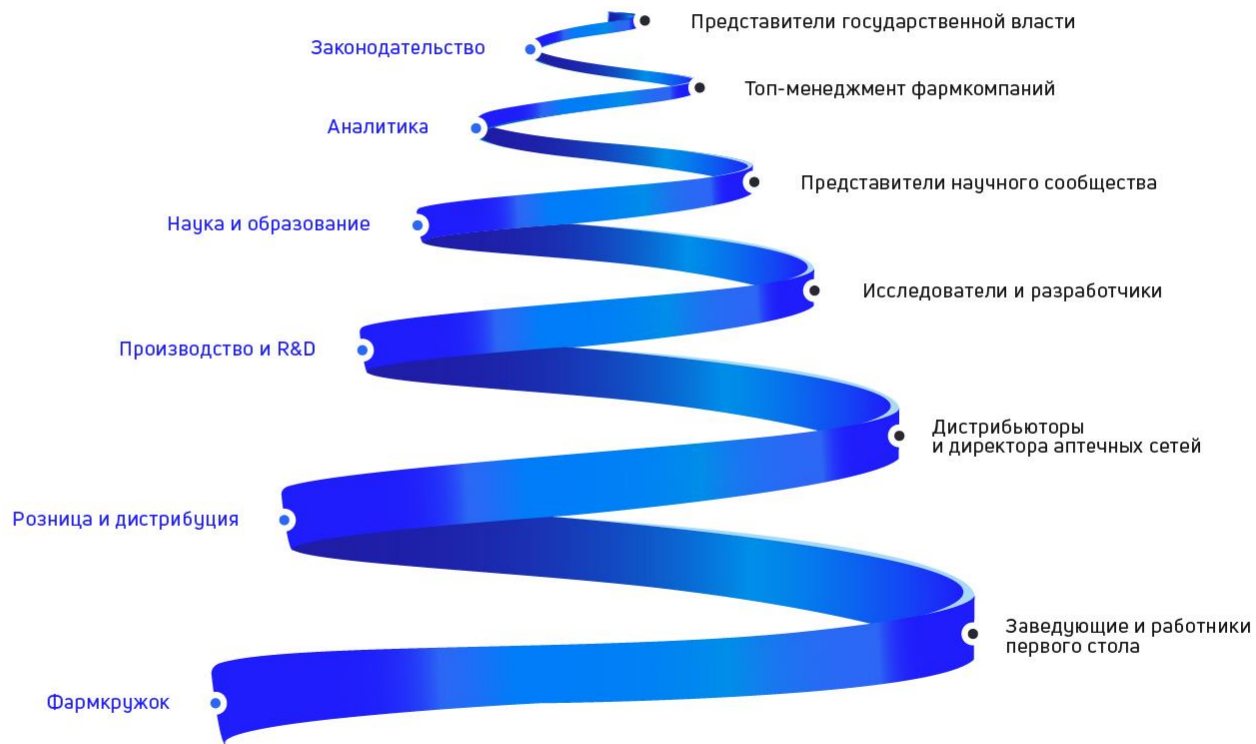
ведущий журналист аптечного направления. Автор интервью с руководителями топовых аптечных сетей, профильных ассоциаций. Эксперт в области фармобразования, аптечного ценообразования, сегмента госрегулирования.



Разнообразие
материалов
для всех
участников
рынка

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК

ФАРМРЫНОК



Специалисты здравоохранения высоко оценивают значимость печатной прессы

Врачи ↓

Канал коммуникации

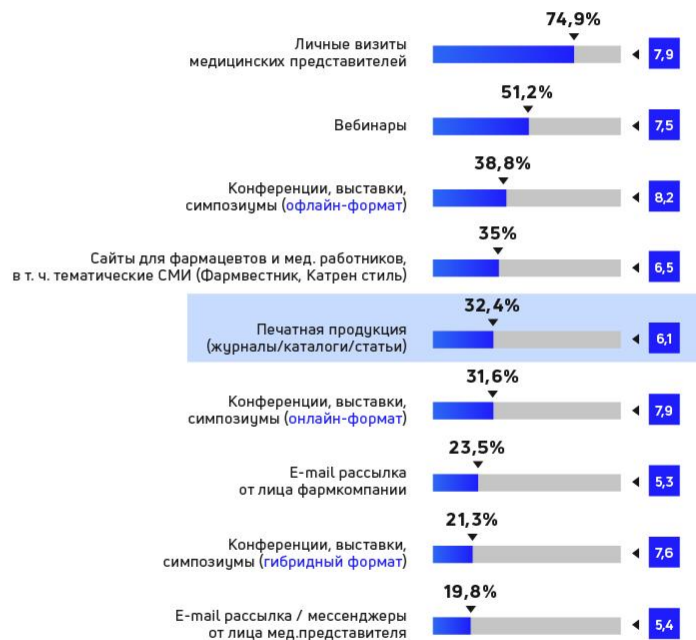
Средняя оценка достоверности (от 1 до 10)



Фармацевты ↓

Канал коммуникации

Средняя оценка достоверности (от 1 до 10)

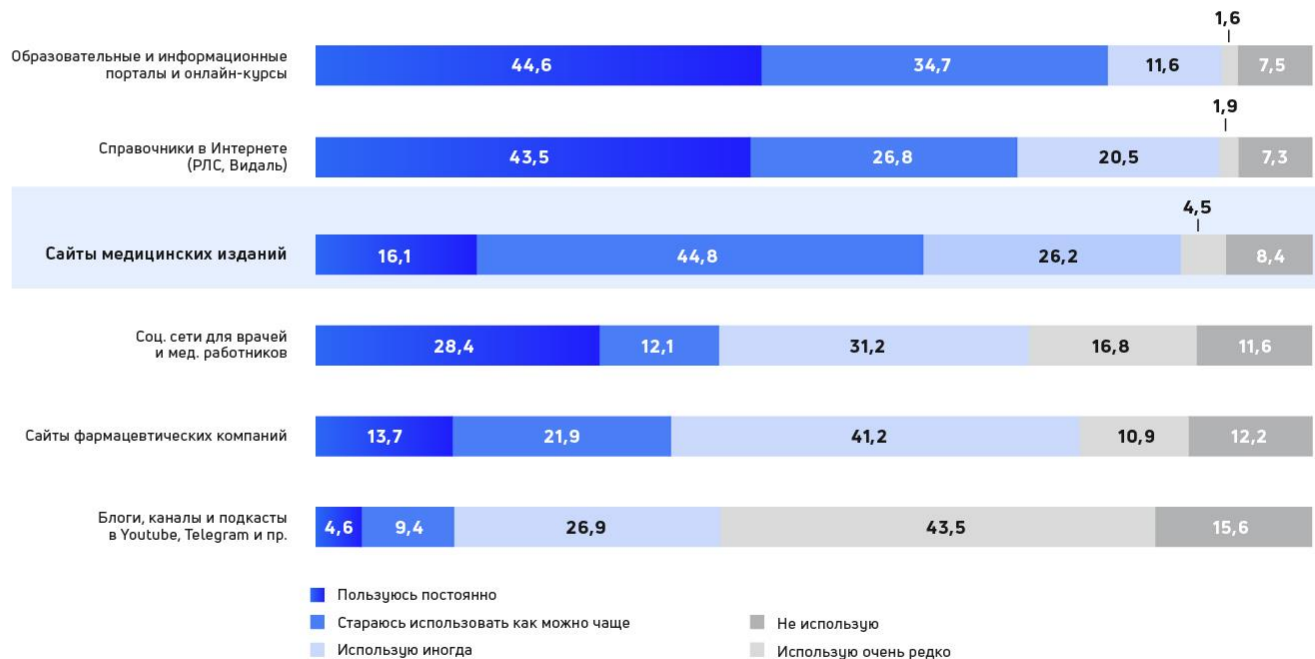


Актуальны и сайты медицинских изданий

Более **60%** опрошенных врачей потребляют электронные версии медицинских изданий (выше только образовательные курсы и справочники)

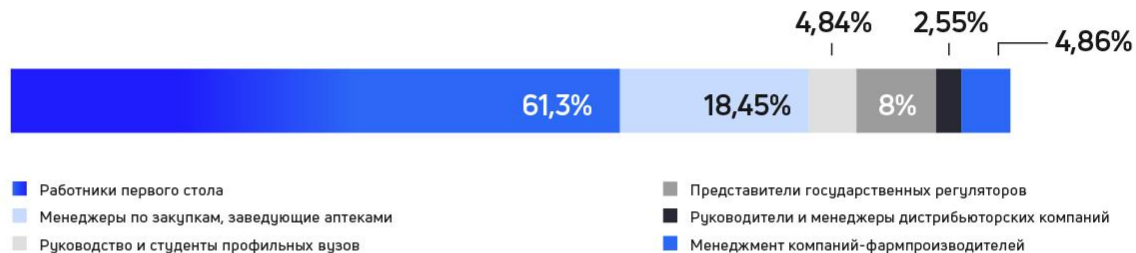


Частота использования различных Интренет-ресурсов, %



Дистрибуция издания

Единственное специализированное издание, охватывающее всю фармотрасль — от регуляторов до работников первого стола.



Структура распространения газеты и охват аптечной аудитории



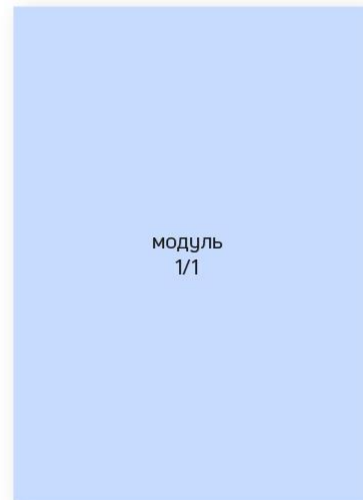
Рекламные
возможности:

обложки

Премиальное позиционирование. Максимальное количество контактов с представителями фармацевтического сообщества.



Первая полоса газеты (1-я обложка)



Последняя полоса газеты (4-я обложка)



Рекламные возможности: PR-публикации

Усиление GR-влияния и привлечение внимания государственных регуляторов (в т.ч. «белые конверты»); информирование профессиональной аудитории о новых продуктах, производствах, разработках.



8 | 11.03.2018 | 10:00
ИНТЕРВЬЮ // Производство

Рустем Муратов: «Нам нужно включить предохранительный клапан в виде экспорта»

Рустем Муратов, генеральный директор ООО «Сибирский завод минеральных удобрений» (СЗМУ), рассказывает о развитии компании, о том, как компания планирует расширять экспорт, о том, как компания планирует расширять экспорт, о том, как компания планирует расширять экспорт...



Ирина Кисель
«...Реклама, как и всегда, является эффективным инструментом продвижения...»

«...Важно отметить, что экспорт является для нас одним из ключевых направлений...»

Один из путей развития фармацевтической компании в целом — выпускать «белые конверты».

5 | 11.03.2018 | 10:00
Публикации // ИНТЕРВЬЮ

Александр Филиппов: «Мы проигрываем борьбу с маркетинг-плейсами»

Александр Филиппов, генеральный директор ООО «Сибирский завод минеральных удобрений» (СЗМУ), рассказывает о развитии компании, о том, как компания планирует расширять экспорт, о том, как компания планирует расширять экспорт...



Ирина Кисель
«...Важно отметить, что экспорт является для нас одним из ключевых направлений...»

«...Важно отметить, что экспорт является для нас одним из ключевых направлений...»

Один из путей развития фармацевтической компании в целом — выпускать «белые конверты».

5 | 11.03.2018 | 10:00
Публикации // ИНТЕРВЬЮ

Тимофей Нижегородцев: «Нам удалось убрать недобросовестную практику искусственного надувания расходов»

Тимофей Нижегородцев, генеральный директор ООО «Сибирский завод минеральных удобрений» (СЗМУ), рассказывает о развитии компании, о том, как компания планирует расширять экспорт, о том, как компания планирует расширять экспорт...



Ирина Кисель
«...Важно отметить, что экспорт является для нас одним из ключевых направлений...»

«...Важно отметить, что экспорт является для нас одним из ключевых направлений...»

Один из путей развития фармацевтической компании в целом — выпускать «белые конверты».



Размещение модуля по препарату на основных страницах газеты и в разделе Фармкружок

Рекламные возможности:

внутренние полосы, аналитика и фармкружок



Аналитика

Доскональный анализ тенденций, продуктов и услуг помогает бизнесу лучше понять рынок и принимать обоснованные решения. Этот формат усиливает доверие к бренду и увеличивает его репутацию в отрасли.

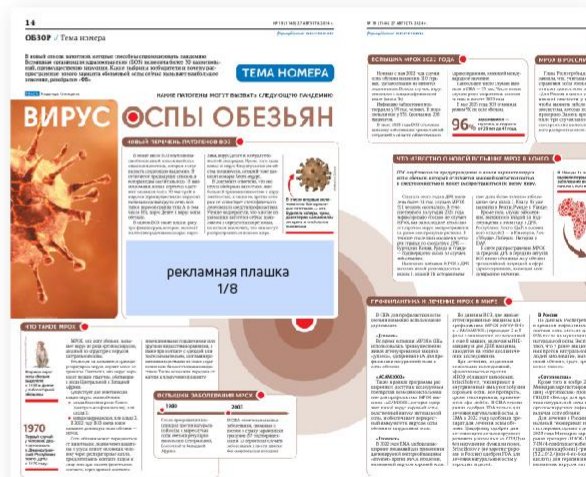


Фармкружок

Обучение первостольников рекомендациям и консультированию по препарату компании (в том числе Rx). Выделение преимуществ препарата

Глубокий и всесторонний анализ актуальных тем в эксклюзивной «клиповой» подаче материала, которая привлекает внимание целевой аудитории. Такой формат – эффективная платформа для продвижения среди вовлеченных читателей.

Тема номера



Спасибо за внимание!



ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ
ВЕСТНИК

Фармацевтический
ВЕСТНИК