

Tématem diplomové práce je marketingová strategie farmaceutické firmy léku na hypertenzi. Teoretická část obsahuje informace o podstatě marketingu, vysvětluje jeho vývoj, význam, obsah, obchodní a marketingovou strategii. Dále se zabývá marketingovým výzkumem, inovací v marketingu a propagací značky. Důležitou součástí je jedna z podkapitol, která přináší informace o marketingu ve farmacii a jeho specifikách. Ve stručnosti je popsána i problematika hypertenze a antihypertenziv a popis společnosti sanofi-aventis, s.r.o. Praktická část je zaměřena na dvě hlavní oblasti. První se zabývá analýzou společnosti, marketingovým mixem, analýzou vnitřního a vnějšího prostředí. Druhá oblast obsahuje kvantitativní výzkum, jeho průběh a seznamuje nás s jeho výsledky. Praktická část je doplněna návrhy na zlepšení, které vycházejí z teoretických poznatků, z analýzy současné situace a z výsledků kvantitativního výzkumu.