

A portrait of a middle-aged man with a grey beard and mustache, wearing a dark suit, a light blue striped shirt, and a dark patterned tie. He is wearing a gold-toned wristwatch on his left wrist and a gold ring on his left ring finger. He is sitting in a wheelchair, with the top of the wheel visible at the bottom of the frame. The background is dark and out of focus.

12+

Владимир Токарев

Стратегия фармацевтической отрасли – 4

Часть 1

Владимир Токарев

**Стратегия фармацевтической
отрасли — 4. Часть 1**

«Издательские решения»

Токарев В.

Стратегия фармацевтической отрасли — 4. Часть 1 /
В. Токарев — «Издательские решения»,

Это первая часть четвертой книги серии из 10 книг. В серии планируется представить стратегию фармацевтической отрасли на обычном рынке и рынке вакансий. Приложением к серии является рок-сериал «Артём и Настя». Часть текста книги опубликована ранее в книге «Согласование стратегий на обычном рынке и рынке вакансий»

Содержание

Аннотация	6
Краткое содержание	7
I. Мой блог	8
1. Детство	8
2. Алёна	9
3. Открытое образование	10
4. Первые сценарии	11
5. Журнал и настоящий конкурс сценаристов	12
6. Профессии в киноиндустрии	13
7. Рок-оперы	14
II. Полный проект	15
Аннотация	15
Вместо вступления	16
Продаем услуги? Нет, вакансии!	17
Почему «Фабрика знаний»	17
Оплата за вакансию	17
Конец ознакомительного фрагмента.	18

Стратегия фармацевтической отрасли — 4

Часть 1

Владимир Токарев

© Владимир Токарев, 2026

ISBN 978-5-0071-2419-5 (т. 4)

ISBN 978-5-0070-9931-8

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Аннотация

Это первая часть четвертой книги серии из 10 книг. В серии планируется представить стратегию фармацевтической отрасли на обычном рынке и рынке вакансий.

Приложением к серии является рок-сериал «Артём и Настя».

Краткое содержание

Часть 1

I. Мой блог

Постижение киноиндустрии

II. Полный проект

4 этап

III. Наши новости

Отделение школы миллиардеров

Часть 2.

I. Мои истории и глоссарий по менеджменту

Второй сезон

II. Пример

4 этап

III. Артем и Настя

Рок-сериал. Серия 4.

I. Мой блог

Постижение киноиндустрии

1. Детство

С киноиндустрией я познакомился в 9 классе. Горьковское телевидение снимало телеспектакль, где наш 9 «А» принимал участие в массовке. У меня даже была роль, но не с двумя словами («Кушать подано»), а только с одним — я заглядывал в камеру (так я познакомился с крупным планом¹) и затем кричал: «Идет!». Это я как бы увидел нашу учительницу, что шла по коридору в класс. Но, даже по прошествии многих десятков лет, можно гордиться нашим забавным участием в этом телеспектакле — киноплёнку сэкономили, и потому телеспектакль шел в прямой трансляции — потому было достаточно много репетиций.

¹ Также были съемки и на натуре зимой в затоне им. Жданова, где стояли в льдах корабли.

2. Алёна

Ридеро некоторое время назад объявило конкурс на экранизацию книги. Я пишу нон-фикшн, но у меня было одно единственное художественное произведение в формате *новой фантастики* (Алена, начинает и ...). Книга была посвящена рынку вакансий. Но я решил принять участие в конкурсе. Так я второй раз попал в киноиндустрию — кроме книжного сервиса Ридеро конкурс проводила кинокомпания.

3. Открытое образование

А когда я занялся разработкой стратегии ряда приоритетных отраслей страны, я решил в перечень приоритетных включить и киноиндустрию. Для погружения в тему я прослушал 3 курса, посвященных кино, в то время они были доступны бесплатно на сервисе «Открытое образование». Там я впервые узнал, что у кино есть свой особый язык — монтаж.

4. Первые сценарии

Но при разработке стратегии киноиндустрии мне показалось недостаточным чисто теоретическое знакомство с кино. Конкурсы на экранизацию книги продолжались, и вот в период очередного конкурса я решил, минуя написания художественного произведения, сразу написать киносценарий. Но, будучи ученым по первой профессии (исследование в сфере физики полупроводников), да и по второй (разработка новых моделей управления в менеджменте), я решил сначала немного подковаться в теории сценарного мастерства. Таким образом, мой первый киносценарий был написан согласно уже ставшего классическим бит —шит Блейка Снайдера.

При этом мне повезло — как раз в этот период в конкурсе Ридеро «Экранизация фильма» могли принять участие тексты киносценариев. Так я впервые принял участие в конкурсе со своим сценарием полного метра.

Хотя я снова не вошел даже длинный список, мой киносценарий не пропал — он стал приложением к серии из 10 книг по стратегии кино РФ.

5. Журнал и настоящий конкурс сценаристов

Для закрепления теоретических знаний я стал выпускать журнал, получивший название кино 2050. А уже совсем недавно в моем родном Нижнем Новгороде проходил всероссийский конкурс только сценаристов. Я уже был к нему готов и принял участие. С коллегами по сценарному мастерству удалось пообщаться в телеге.

Так завершился мой первый этап «работы в киноиндустрии».

6. Профессии в киноиндустрии

По мере погружения в киноиндустрию я стал осознавать, что мое место в этой отрасли не место сценариста, а, скорее, продюсера. Собственно это вытекало и из стратегии кино РФ до 2050 года, которую я к тому времени завершил. Кроме того, мной была написана и издана серия как стать продюсером своей жизни. Связано это мнение с тем, что продюсер — это предприниматель. А моя главная профессия в последние 30 лет — консультант по управлению — это тоже профессия предпринимателя.

Следующим этапом погружения в кино была подготовка киносценария музыкального фильма кино про кино.

В этом сценарии герои проходят обучение на отделении продюсеров и сценаристов (такое отделение я чуть позже открыл и в нашей школе миллиардеров). Но продюсер кино должен хотя бы понемногу разбираться во всех профессиях людей, кто создает кинофильм. Потому мне пришлось, как автору киносценария про кино, также познакомиться, используя интернет, с особенностями главных кинопрофессий — продюсера, режиссера-постановщика, кинооператора, художника-постановщика и др. А поскольку это был сценарий музыкального фильма, то и с профессией композитора. Но в последнем случае мне помог ИИ, который я с конца 2025 года начал использовать для создания треков на свои тексты.

7. Рок-оперы

Рок-оперы, которые стала создавать наша музыкальная группа в 2026 году (их число уже перевалило за 20), в состав которой входит Иван Иванович — ИИ, стала завершающим этапом моего погружения в сферу кино.

Особенно любопытным оказалось использование языка кино — монтажа для создания наших рок-опер.

Более того, не дождавшись случайного (и потому невероятного) появления продюсеров по созданию фильмов (художественных или анимационных) на основе наших рок-опер, мы пришли к мысли, что наши рок-оперы уже являются законченным продуктом, похожими на радиоспектакли, популярные в советское время. Отличия в том, что наши рок-оперы включают в себя еще и картинки — так что получившийся новый продукт можно назвать нечто средним между диафильмами, рок-операми на сцене и радиоспектаклями.

II. Полный проект 4 этап

Аннотация

Практикум по разработке стратегии отрасли на обычном рынке и в войне на рынке вакансий состоит из 10 этапов, которые публикуются в 10 книгах. В этой книге (в 2 частях) представлен 4 этап.

Практикум является приложением к книгам «Стратегические секреты консультанта» и «Стратегическое управление персоналом», изданных каждая в 3 частях.

Будет полезен руководителям организаций и владельцам бизнеса.

Предназначен для самостоятельной разработки стратегии отрасли на обычном рынке и в войне на рынке вакансий с использованием рекомендуемых шагов и форм (если они требуются) для заполнения. Основан на 25-летнем опыте консультирования компаний из самых разных отраслей по теме стратегического менеджмента и новой концепции стратегического управления персоналом, предложенной автором книги.

4 этап — это важнейший этап разработки стратегии, на этом этапе выполняется анализ среды косвенного воздействия на рынке вакансий.

Вместо вступления
Впервые опубликовано в сообществе менеджеров

Продаем услуги? Нет, вакансии!

Пример использования матрицы «потребность-продукт» для формулирования миссии на рынке вакансий на примере образовательного проекта вуза.

«Фабрика знаний» — под фабрикой знаний в данной статье рассматривается любая образовательная структура, где в процессе обучения по какой-то образовательной программе производятся знания — в головах слушателей и преподавателей. Накопленные знания, как правило, фиксируются в публикациях преподавателей и слушателей, используются в их практической деятельности.

Вакансия — в данной статье используется более широкое понятие термина вакансия, чем это пока принято. Под вакансией здесь понимается как вакантное, так и занятое место. При этом продажа каждой такой вакансии производится каждый день. Если ценный для компании работник принес заявление об уходе по собственному желанию, это означает, что фирма не продала в этот день вакансию, ее продал более успешный конкурент на рынке вакансий.

Почему «Фабрика знаний»

Филип Котлер в «Основах менеджмента» перечисляет особенности услуги в отличие от товара — ее неосвязаемость, несохраняемость, непостоянство качества и неотделимость от источника оказания услуги.

Однако для ряда услуг еще большее значение имеет такая особенность, как участие покупателя услуги в производстве этой услуги. Яркий пример — образовательные услуги. Продукт «Фабрики знаний» закрепляется в голове и слушателей, и преподавателя.

Оплата за вакансию

Если слушатель участвует в производстве продукта компании — знаний, его можно рассматривать как полноценного работника «Фабрики знаний». А поскольку в данной публикации мы рассматриваем вакансию как не только вакантное, но и занятое место, слушатель, таким образом, является покупателем вакансии.

На обычной работе вакансия, как продукт, включает в себя такие качества, как заработная плата, отношения высшего руководителя, менеджмент в целом, содержание работы, организация рабочего места и др.

Оплата за вакансию, как продаваемый продукт фирмы, осуществляется выполняемыми работником служебными обязанностями, качеством их выполнения, что позволяет компании создавать для рынка обычные продукты по профилю деятельности компании. Из дохода от продажи этих продуктов покрываются издержки на создание и поддержание вакансий, и получается прибыль.

Для моего примера «Фабрики знаний» слушатель, как покупатель вакансии, получает знания, организацию рабочего места для получения этих знаний, услуги преподавателя и др. А расплачивается за вакансию деньгами, старанием в производстве знаний, участием в создании атмосферы на «Фабрике знаний», своими творческими идеями, которыми он делится во время производства знаний и пр.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.