

<<中药商品学>>

图书基本信息

书名：<<中药商品学>>

13位ISBN编号：9787117104999

10位ISBN编号：7117104996

出版时间：2008-9

出版时间：人民卫生出版社

作者：张贵君

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中药商品学>>

内容概要

教材分上、中、下3篇和附录，总计14章。

上篇为总论，分6章，概述了中药商品学的基本概念、任务，中药商品的经营与管理、质量标准与质量控制、包装与贮藏、贸易、鉴定等基本理论和基本方法；中篇为药材及饮片商品，分6章，重点论述药材资源、道地药材，以及中药商品的来源、品质特征、质量要求等基本技术和基本方法；下篇为中成药商品，分2章，以范例的形式收载了部分常用的制剂，为进一步完善中药商品的概念奠定了基础。

教材中涉及中药鉴别与检查、质量要求等内容，大多以《中华人民共和国药典》2005年版为标准。

<<中药商品学>>

书籍目录

上篇 总论 第一章 概论 第一节 中药商品学的基本概念 第二节 中药商品学的任务

一、研究和制订中药商品的质量管理标准 二、鉴别中药商品的品种和质量 第三节 中药商品的命名 一、中文名称 二、拉丁文名称 第四节 中药商品的分类 一、药材及饮片分类 二、中成药分类 第五节 中药商品的起源与发展 第六节 中药商品学的发展简史 一、重要的本草学著作 二、中药商品鉴别方法的发展 第七节 中药商业机构和任务 一、行政管理和监督机构 二、企业经营机构 第二章 中药商品的经营管理 第一节 中药商业企业 一、中药商业企业的种类 二、中药商业企业的责任和任务 第二节 中药商品业的经营特点 第三节 中药商品流通环节与管理 一、采购 二、运输 三、储存 四、销售 第四节 中药市场 一、中药市场的管理 二、中药市场的调查 第五节 中药价格 一、中药价格的制定方法 二、中药价格的相关法规 第六节 中药商品的宣传广告 一、广告的作用与策划 二、新药的宣传与推广 三、中药商品广告的管理 第七节 中药商业的竞争 一、中药商业的竞争范围 二、中药商业的竞争策略 第八节 中药经营管理法规 一、《中华人民共和国药品管理法》 二、《药品经营质量管理规范》 三、《药品生产质量管理规范》 四、《中药品种保护条例》 五、《医疗用毒药、限制性剧毒药管理规定》 第三章 中药商品的质量准与质量管理 第一节 中药商品的质量标准 一、我国现行的中药质量标准 第四章 中药商品的包装与贮藏 第五章 中药商品的贸易 第六章 中药商品的鉴定 中篇 药材及饮片商品 第七章 药材资源及道地药材 第八章 药材的采收与产地加工 第九章 药材的炮制 第十章 植物类中药 第十一章 动物类中药 第十二章 矿物类中药 下篇 中成药商品 第十三章 概述 第十四章 中成药各论附录 一、中药名称索引 二、中药汉语拼音名称索引 三、中药拉丁名称索引 四、药用动、植物学名索引

<<中药商品学>>

编辑推荐

《中药商品学》为修订版。

修订原则为在第一版的基础上根据市场和教学需要，重点调整中药饮片和中成药的内容，严格与《中药鉴定学》相区别。

重新整理和精选饮片图片，采用黑白、彩色两种插图。

总论部分根据国家有关法律及政策增加新内容、新方法和新技术。

各论部分根据管理或销售要求，饮片商品重新分类；中成药商品按国家标准修改相关内容。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>