

<<医药市场营销与管理>>

图书基本信息

书名：<<医药市场营销与管理>>

13位ISBN编号：9787810869645

10位ISBN编号：7810869647

出版时间：2011-7

出版时间：第四军医大学出版社

作者：刘诗洪

页数：208

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>

<<医药市场营销与管理>>

内容概要

为适应我国高职高专药品类专业教材建设及改革需要,全面贯彻落实国务院及教育部等相关文件精神,第四军医大学出版社在对全国十余省市高职高专院校的药学专业进行深入调研基础上,邀请来自五十余所院校的一线教师。

以及知名药企的一线人员共同编写全国高职高专药品类专业“十二五”规划教材。

本次教材编写着力构建具有药学专业特色和专科层次特点的课程体系,以职业技能的培养为根本,力求满足学科、教学和社会三方面的需求。

其中,专业基础课以应用为目的,以必需、够用为度,构建传授知识、培养能力、提高素质三位一体的基础理论教学体系。

专业课围绕技术应用型人才的培养目标,强调突出“校企合作、工学结合”的原则,构建以技术应用能力为主线的、相对独立的实践教学体系。

为更好地体现上述编写思想,教材内容设计如下:

1. 学习目标

按“掌握、熟悉、了解”三级要求分别叙述表达,以调动学生学习积极性,方便学生学习。

2. 正文

按照教学要求组织教学内容,循序渐进,重点突出。

于文中穿插以下三个模块:

(1)相关链接:提供相关背景知识,让学生了解与职业有关的理论、技术的发展前沿,提高药学专业学生的综合素质;结合执业药师考试相关考点编写模拟试题,提高学生对重点、考点内容的了解与掌握。

(2)实例解析:增加理论知识应用和方法操作的实例,并对方法进行分析说明和提示,以增强教材内容的实用性和可读性。

(3)课堂互动:联系生活实际、岗位实际和社会实际,增加课堂讨论气氛,加深学生对关键内容的理解和掌握。

3. 习题

每章末附有综合测试、全书末附有模拟测试题,题型设计兼顾学科专业考试和职业资格考试,为学生参加相关考试奠定基础。

4. 实训

书后附有实训指导,参照生产现场的操作标准规程,设计专业实训的方案,努力使实训与培训、学业与就业零距离贴近,全面提高学生职业素养和就业竞争力。

全套教材充分体现理论与实践的结合,知识传授与能力、素质培养的结合,可供三年制高职高专药品类专业及相关医学专业使用。

<<医药市场营销与管理>>

书籍目录

第一章 概论

- 第一节 市场与医药市场
- 第二节 市场营销与医药市场营销
- 第三节 医药市场营销战略
- 第四节 医药市场营销课程

第二章 医药市场环境分析

- 第一节 医药市场环境
- 第二节 医药市场调查与预测

第三章 医药市场细分与目标市场选择

- 第一节 医药市场细分
- 第二节 医药目标市场选择与策略
- 第三节 医药市场定位策略

第四章 医药市场客户行为分析

- 第一节 医药市场的客户分析
- 第二节 医药组织市场客户分析
- 第三节 医药市场消费者购买行为分析

第五章 医药市场竞争与竞争策略

- 第一节 竞争与竞争对手
- 第二节 竞争优势与产业价值链
- 第三节 医药市场竞争策略

第六章 医药市场营销策略

- 第一节 医药市场营销组合
- 第二节 市场营销组合理论的发展

第七章 医药产品策略

- 第一节 完整产品
- 第二节 医药产品的生命周期
- 第三节 医药产品的组合策略与新产品策略

第八章 医药产品价格策略

- 第一节 医药产品价格
- 第二节 医药产品定价策略

第九章 医药产品渠道策略

- 第一节 医药产品渠道
- 第二节 医药产品渠道的建设与维护
- 第三节 医药产品渠道的评估与调整

第十章 医药产品促销策略

- 第一节 医药产品专业销售
- 第二节 医药市场产品促销策略

第十一章 医药产品营销组织与管理

- 第一节 医药产品市场营销组织
- 第二节 医药市场营销的管理

第十二章 医药专业销售技能

- 第一节 医药专业销售概述
- 第二节 医药专业销售技能

实训

- 实训一 医药市场营销专题讲座

<<医药市场营销与管理>>

实训二 认知医药市场(组织考察制药企业或医药批发商)

实训三 (中老年用品)市场调查

实训四 细分发现机会

实训五 选择目标市场

实训六 透视仲景现象案例讨论分析

实训七 区域医药终端市场(医院)模拟开发

实训八 海王星辰连锁药店案例分析讨论

实训九 判断竞争产品与竞争对手

实训十 蒙牛集团案例讨论分析

实训十一 汇仁医药科技发展有限公司案例讨论分析

实训十二 McDonald和KFC完整产品设计案例讨论分析

.....

参考答案

参考文献

<<医药市场营销与管理>>

编辑推荐

《全国高职高专药品类专业“十二五”规划教材：医药市场营销与管理》在遵循《市场营销学》知识体系的基础上，本着“科学严谨”“必须够用”原则，通过分析研究职业岗位任务需求，重构了适应高职药类专业教育教学的内容体系，并且教材知识结构力求简单清晰，以适合职业技能培养需要。

本教材邀请了百特医疗用品贸易（上海）有限公司、江西飞宇医药有限公司等多家行业企业高级经理人担任教材审阅，以确保教材内容的实用性，体现课程教学为培养职业岗位能力服务。

本教材可供全国高职高专医药院校药学药品类专业学生学习使用，同时也可供医药行业的管理人员、医药产品销售工作者参考使用。

<<医药市场营销与管理>>

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>