

<<医药市场信息>>

图书基本信息

书名：<<医药市场信息>>

13位ISBN编号：9787040190816

10位ISBN编号：7040190818

出版时间：2006-2

出版时间：高等教育出版社

作者：兰小筠

页数：168

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>

## <<医药市场信息>>

### 前言

医药产业作为按国际标准划分的15类国际化产业之一，关系到人类的生存和健康，被认为是最重要、最特殊的生产行业。

经济的发展、人口的自然增长和人口老龄化社会的形成，使得医药市场消费需求持续增长，医药行业以较高的速度发展。

在我国医药行业内企业众多。

竞争者不断涌入，医药市场的竞争十分激烈。

如何为医药企业及其他医药市场主体提供优质、高效的市场信息服务、帮助医药企业利用好信息工具和信息技术是信息学走向实际应用的一大课题。

“医药市场信息”就是为顺应医药企业对高级信息人才的需要而开设的一门专业课程。

目前，有关信息学、市场信息学的论著很多，但多倾向于理论研究，与实践结合不密切。

更缺乏针对医药市场的专著。

为了满足医学信息学专业本科教学的需要，本书尝试应用信息学，经济学，市场营销学的理论、方法来研究医药市场领域中的各种信息现象，并结合医药市场实际，对医药市场信息经济分析、用户信息需求、信息资源、信息咨询、调研与预测、市场营销策划进行详细的论述。

全书立足于医药市场，坚持理论性与实践性、普遍性与特殊性相结合的原则。

本书取名力“医药市场信息”，而不是“医药市场信息学”，是因为作为一门学科它尚缺乏系统、完善的理论基础和方法体系，有许多问题有待研究。

本书是在共同讨论编写大纲的基础上由多位编者通力合作共同完成的。

本书编写分工如下：第一章兰小筠、唐君波；第二章贺培风、冯毅；第三章唐君波、兰小筠；第四章兰小筠；第五章胡家荣、张亚莉；第六章李孜；第七章胡家荣、张亚莉。

全书由兰小筠、胡家荣统一修改、定稿。

本书在编写过程中得到了编者所在单位同仁的大力支持，在此表示衷心感谢！

本书参考和引用了有关专业学者的论著，在此谨表示诚挚的谢意。

由于编者学识有限，加之国内外同类参考书较少，因而难免存在不足之处，敬请读者批评指正，不胜感激！

## <<医药市场信息>>

### 内容概要

医药市场信息的概念和作用，医药市场信息的流通，医药市场信息的经济分析，医药市场信息的用户研究，医药市场信息的搜集，医药市场信息资源介绍，医药市场咨询，医药市场调研与预测，医药市场营销策划等。

《医药市场信息》可作为全国高等学校医学信息学本科生的教材，同时也可供医药企业从事市场信息工作的专业人员参考。

## <<医药市场信息>>

### 书籍目录

第一章 绪论第一节 信息学的基本概念第二节 市场信息的概念第三节 医药市场信息第四节 医药市场信息流通第二章 医药市场信息的经济分析第一节 医药市场信息供求的经济分析第二节 医药市场信息的成本与效益分析第三节 医药市场信息的商品分析第四节 医药市场信息资源的经济分析第五节 医药市场信息系统的经济分析第三章 医药市场信息用户第一节 医药市场信息用户分析第二节 医药市场信息的需求第三节 医药市场信息用户服务第四节 信息用户的开发与培训第四章 医药市场信息源第一节 医药市场信息源的概念和分类第二节 医药市场信息的搜集与整理第三节 医药市场信息资源介绍第四节 医药市场竞争情报源第五章 医药市场咨询第一节 咨询的概述第二节 医药市场咨询机构的组织结构与人员构成第三节 医药市场咨询的程序第四节 医药市场咨询的分析模型第五节 医药市场咨询的研究方法第六章 医药市场调研与预测第一节 医药市场调研第二节 医药市场预测第七章 医药市场营销策划第一节 医药市场营销策划概述第二节 医药市场营销策划的运作程序第三节 医药市场营销策划的思维方法参考文献

## &lt;&lt;医药市场信息&gt;&gt;

## 章节摘录

一、信息的定义 当今社会是一个高度信息化的社会，信息无处不在，人人都在使用信息，现代信息技术和信息高速公路将人类带人一个崭新的时代，人们越来越清楚地认识到，信息就是财富，信息正在取代物质和能源而成为创造财富的主要资源。

那么，什么是信息？

信息是一个内容丰富、运用普遍、含义又相当模糊的概念，要对信息一词做出确切的定义很困难。

现在有关信息的定义多达几十种。

我国国家标准《情报与文献工作词汇基本术语》中对信息的定义是“信息是物质存在的一种方式、形态或运动状态，也是事物的一种普遍属性，一般指数据、消息中所包含的意义，它可以使消息中所描述事件的不确定性减少。

”这是一种广义的信息定义，简而言之，广义信息就是指事物运动的状态、特征及其反映。

不同的事物有不同的特征，并在不同的条件下发生变化，这种特征和变化就是信息。

人们正是通过获取和识别这些信息来认识不同事物的。

狭义的信息是指那些能反映事物存在和运动差异的、对解决问题有用的、可以被理解、被接受的新情报。

我们所研究的医药市场信息多数情况下指的是狭义的信息，尤其是在为用户提供信息服务时。

二、信息的基本特征及运动规律 (一) 信息的基本特征 信息是对客观事物态势的反映，因此可以从信息的客观性和主观性两方面来把握其特征。

客观性特征即信息具有某些属于物质层面的特征，如普遍性、客观性、无限性、动态性和时效性等。

主观性特征即信息具有意识层面的特征，如抽象性、相对性、可记录性、共享性、可传递性、可加工性和可伪造性等。

1. 普遍性 宇宙、大自然与人类社会由各种各样的事物构成，而且这些事物总是处于不停地运动变化之中。

信息是对客观事物态势的反映，是普遍存在的，即信息具有普遍性。

2. 客观性 信息是现实世界中各种事物运动的状态与方式，它可以被感知、被处理、被存储、被传递和利用。

信息本身是看不见、摸不着的，但这并不意味着信息可以凭空捏造、杜撰。

在医药市场领域，企业常常努力去寻找新的医药市场，这个新的医药市场是客观存在的，也是可以观察到的。

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>