第一图书网, tushu007.com

<<医药营销大趋势/群英医药营销管理系列丛书>>

图书基本信息

书名：<<医药营销大趋势/群英医药营销管理系列丛书>>

13位ISBN编号：9787121134234

10位ISBN编号：7121134233

出版时间：2011-6-1

出版时间：电子工业

作者：西蒙

页数：326

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

内容概要

菲利普·科特勒是市场营销的鼻祖。
当今我辈营销人，无不是捧着他的经典教科书，一步一步从“营销血战”中走过来的。
难得的是，科特勒先生与西蒙女士合作，为医药行业提供了专业的营销指南。
可能你会失望，在这本《医药营销大趋势》（作者弗朗索瓦·西蒙、菲利普·科特勒）里没有教给大家如何做医生／患者调研、如何制作产品的宣传资料、如何开科室推广会……这些招数、套路不是《医药营销大趋势》所关注的。
通过阅读本书，让大家有机会放下手中的工作，了解未来的医药营销之路。
试看过去数年，跨国制药巨头们和其他国家或地区的仿制药企业们的发展轨迹，其大部分都与本书的观点相吻合。
想窥视医药企业的未来生存之道吗？
想在未来立于不败之地吗？
想引领中国医药企业驰骋于国际战场吗？

作者简介

弗朗索瓦·西蒙　著名的生物技术领域的战略家，从业20年，作为共同作者出版了4本书。
西蒙博士在美国哥伦比亚大学担任商业与公共健康教授，同时也是SDC咨询集团公司总裁。
享誉盛名的世界级营销学鼻祖，美国西北大学凯洛格管理学院终身教授。
科特勒教授出版了许多著名的著作，包括《科特勒谈营销》和《营销管理》等影响深远的著作。

书籍目录

第1篇 全球生物制药领域巡礼第1章 新的生物制药的纪元 2生物技术的发展对社会经济的巨大影响 6创新时间表 7生物技术的全球应用 14生物技术的跨行业应用 24第2章 生物技术领域的变革力量 33信息技术 35消费者权益主义 41系统生物学 49第3章 伴随生物网络的创新 61制药行业的创新“瓶颈” 61生物制药行业的解构和重组：兼并与收购 64网状发展战略 75创建网状组织的权益资产 91第2篇 撬动未来药品市场的力量第4章 推动未来药品市场的力量 102推动生物药品品牌化 109功能性食品 115生物药品的营销路径 117重新定义疾病：重新定义治疗疗法 120指点药品市场的大好河山 126瞄准新的细分市场 130第5章 打造生物药品品牌 140创立市场导向的品牌组合 145实施双模式的品牌战略 147全球靶向药品的范例：美罗华和格列卫 150全球大众药品市场的典范：立普妥 156构建全球品牌的战略 160第6章 生物药品品牌的可持续发展 169产品组合管理和时间管理 170培养公司的优势治疗领域 181药品品牌的持续成长 184第7章 重新擦亮品牌之剑 199创新制药行业的营销能力 200革新品牌：专利之攻防 206创新品牌：改变药品的属性 217第3篇 直面全球化的挑战第8章 兼顾药品的可及性和价格 230药物经济学 232药品监管的未来趋势 240第9章 药品定价策略 251管理价格的时间序列 255全球定价策略 262国家层面的产品定价策略 264产品在不同细分市场的定价策略 269建立以消费者为核心的品牌价值 273第10章 在线和线下的整合营销战略 278e-健康架构 279全球因特网发展趋势 281价值链的整合战略 294结束语 312附录 词汇表 316

编辑推荐

《医药营销大趋势》(作者弗朗索瓦·西蒙、菲利普·科特勒)，确实给中国的制药行业提供了一个全面的视角和药品营销的理论框架。

从这本《医药营销大趋势》中，西蒙女士和科特勒先生真正提供了一个“大医药营销”的视角。

研发算“营销”吗？

化药还有前景吗？

市场营销是公司战略的一部分，还是公司战略应依从于市场营销而制定？

除了医药代表拜访、广告轰炸，还有哪些全新的营销工具和营销思路？

本书作者一一给出了精辟的理论阐述，而且给出了诸多实际市场上发生的生动例子。

第一图书网, tushu007.com
<<医药营销大趋势/群英医药营销管理系列丛书>>

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