

<<医药市场营销实用技术>>

图书基本信息

书名：<<医药市场营销实用技术>>

13位ISBN编号：9787506738774

10位ISBN编号：7506738775

出版时间：2008-6

出版时间：中国医药科技出版社

作者：吴虹 编

页数：269

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>

## &lt;&lt;医药市场营销实用技术&gt;&gt;

## 前言

本教材在全国医药职业教育药学类规划教材建设委员会的统一安排下编写。在编写过程中，遵循现代职业教育“以市场为导向，以学生为主体，以能力为本位”的指导思想，融“教、学、做”为一体，弱化学科的系统性，突出实用性、技术性及应用性，强化学生能力的培养，探索任务驱动、项目导向等有利于增强学生能力的教学模式，开展理、实一体化教学，力图使学生通过本课程学习，掌握医药市场营销的各项基本技能和必备知识，准确把握中国医药市场特点，具备熟练完成医药市场营销岗位工作的实战能力，促进就业。

教材内容的确定以完成医药市场营销的具体工作项目为出发点，根据技术领域和职业岗位（群）的任职要求，结合高等职业院校学生的认知特点以及医药市场营销各项工作任务的过程、要求，参照高级医药商品购销员、高级医用商品营业员、高级医用商品采购员等职业资格标准，改革课程体系和教学内容，构建与岗位需求相适应的教学内容体系。

教材内容包括认识医药市场营销、分析医药市场、策划与实施医药市场营销战略及营销组合3个项目集，包含11个具体项目。

本书突破传统的体例格式，以项目、任务、模块代替了篇、章、节，每一项目都设置明确的学习目标、工作任务及实用技术训练，以指导教师和学生完成各项目的教学目标、工作任务和实用技术训练。

本教材注意加强同医药企业的联系，与行业企业共同开发，吸纳医药企业的营销专家——深圳市中联制药有限公司副总经理、营销中心总经理杨重浙，山西省太原晋阳制药厂副厂长、高级工程师王宝平参与教材编写，并担任副主编。

教材紧密结合医药市场营销实际，保证人才培养与岗位需求的直接接轨，更加体现高职特色和医药市场营销的现实操作性，符合医药市场营销实用技术教学要求。

## <<医药市场营销实用技术>>

### 内容概要

本书是全国医药职业教育药学类规划教材之一，依照教育部（2006）16号文件要求，结合我国高职教育的发展特点，根据《医药市场营销实用技术》教学大纲的基本要求和课程特点编写而成。

全书共分为认识医药市场营销、分析医药市场、策划与实施医药市场营销战略及营销组合3个项目集，包含11个具体项目具有较强的实践性，适合医药高职教育及专科、函授及自学高考等相同层次不同办学形式教学使用，也可作为医药行业培训和自学用书。

# <<医药市场营销实用技术>>

## 书籍目录

项目集一 认识医药市场营销 项目一 认识医药市场营销,确立正确的营销管理理念 模块一 认识什么是医药市场营销 一、什么是市场 二、什么是医药市场营销 模块二 确定医药企业的营销观念 一、市场营销观念的发展 二、传统营销观念与现代营销观念的区别 模块三 认识市场营销的产生与发展 一、市场营销的产生与发展 二、市场营销组合理论的发展 三、21世纪的营销挑战 四、中国市场营销的发展 五、医药市场营销的发展前景和机遇 模块四 实用技术训练 一、知识训练 二、技能训练

项目集二 分析医药市场 项目二 分析医药市场营销环境 模块一 医药市场营销环境的概念及分析方法 一、医药市场营销环境的概念及其特点 二、医药市场营销环境的类型 三、医药市场营销环境的分析方法及意义 模块二 分析医药市场营销宏观环境 一、政治与法律环境 二、人口环境 三、经济环境 四、技术环境 五、自然环境 六、社会文化环境 模块三 分析医药市场营销微观环境 一、医药企业内部环境 二、供应商 三、营销中介 四、竞争对手 五、顾客 六、公众 模块四 实用技术训练 一、知识训练 二、技能训练

项目三 分析医药市场购买者行为 模块一 分析医药消费者市场购买行为 一、医药消费者市场概述 二、影响医药消费者购买行为的因素 三、医药消费者购买行为与决策 四、医药消费者购买决策过程及对应营销技术 模块二 分析组织市场购买者行为 一、组织市场概述 二、产业市场购买行为 三、中间商购买行为 四、政府采购行为 五、医药组织市场新近出现的采购方式——在线采购 模块三 实用技术训练 一、知识训练 二、技能训练

项目四 医药市场调查 模块一 医药市场调查的内容和方法 一、医药市场调查的内容 二、医药市场调查的方法 模块二 医药市场调查的步骤 一、医药市场调查步骤概述 二、设计市场调查问卷 三、撰写市场调查报告 .....项目集三 策进与实施医药市场营销战略及营销组合参考文献

<<医药市场营销实用技术>>

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>