第一图书网, tushu007.com

<<药品市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<药品市场营销学>>

13位ISBN编号：9787535238320

10位ISBN编号：7535238327

出版时间：2007-7

出版时间：湖北科技

作者：吴志利

页数：257

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

《高等学校药学类·生物工程类规划教材：药品市场营销学》为医药企业进行药品市场营销活动提供系统的理论和实践的操作方法，具有综合性、实践性和应用性等特点。
《高等学校药学类·生物工程类规划教材：药品市场营销学》是高等院校（含高职高专）药品市场营销专业及相关专业的选用教材，也是医药企业的管理者、营销人员等使用和培训教材。
本教材针对我国药品市场营销的特点和发展趋势，全面概述了药品市场营销的理论与实务，重点研究医药企业的药品市场营销活动，具有综合性、实践性和应用性等特点。
其内容主要介绍现代药品市场营销的基本观念以及市场营销组合为核心的药品市场营销策略。
本教材主要供全国生物工程、药学、市场营销、药品经营与管理等相关专业的本专科学生使用，同时也适合医药工商企业的管理者、营销人员以及医疗服务机构管理者的使用和培训。

<<药品市场营销学>>

书籍目录

第一章　药品市场营销学概述第一节　市场、市场营销的含义一、市场的含义-二、市场营销的含义第二节　市场营销的产生与发展一、市场营销学产生与发展二、市场营销学在各国的发展与应用三、我国药品市场营销学的产生第三节　市场营销观念一、以企业为中心的市场营销观念二、以消费者为中心的市场营销观念三、市场营销观念的发展第四节　药品市场营销学的研究对象与内容一、药品市场营销学的研究对象二、药品市场营销学研究的内容第五节　药品市场营销的研究方法一、传统药品市场营销的研究方法二、现代药品市场营销的研究方法三、药品市场营销学新主题的研究本章小结第二章　医药企业的营销管理过程第一节　医药企业的战略管理与医药市场营销管理概述一、企业的战略管理理论及其发展二、企业的营销管理理论第二节　企业的计划管理与医药企业药品营销计划的制定一、企业的计划管理二、药品营销计划的制定第三节　分析药品市场机会与选择目标市场一、药品市场机会分析二、市场机会的评价和利用三、选择目标市场的战略第四节　药品市场营销组合决策一、药品市场营销组合概念二、医药市场营销组合策略的类型三、药品营销组合策略的特点四、市场营销组合形式的新发展第五节　药品市场营销的组织与控制一、市场营销部门组织概述二、市场营销控制本章小结第三章　药品营销环境第一节　药品营销宏观环境一、人口环境二、经济环境三、政治与法律环境四、科学技术环境第二节　药品营销微观环境一、企业和药品营销企业二、病患者三、药品营销中介第三节　企业营销环境中的机会与风险一、药品市场营销环境的概念与特点二、药品营销环境分析的目的三、药品营销活动与营销环境的适应性四、机会与威胁本章小结实训课第四章　药品市场及购买行为分析第一节　药品消费者市场及其购买行为一、消费者市场购买行为的主要特点二、药品消费者购买行为的基本模式三、药品消费者购买行为模式四、影响药品消费者购买的主要因素五、药品消费者购买决策过程第二节　药品生产者市场及其购买行为一、药品生产市场的概念和特点二、药品生产市场购买行为的类型三、药品生产者购买决策过程第三节　药品中间商市场及其购买行为一、中间商的概念与类型二、中间商购买行为类型三、选择药品中间商的基本原则四、选择药品中间商的标准五、中间商的激励与管理本章小结第五章　药品市场营销调研与预测第六章　药品市场细分与目标市场选择第七章　药品市场营销组合决策第八章　药品产品策略第九章　药品定价策略第十章　药品销售渠道策略第十一章　药品促销策略第十二章　医药服务市场营销第十三章　药品物流管理第十四章　药品国际营销

第一图书网, tushu007.com

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