

<<医药消费者行为学>>

图书基本信息

书名：<<医药消费者行为学>>

13位ISBN编号：9787117077811

10位ISBN编号：7117077816

出版时间：2006-7

出版时间：人民卫生出版社

作者：王明旭

页数：223

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>

<<医药消费者行为学>>

内容概要

这套教材2004年7月开始调研，2004年12月召开论证会议，2005年6月召开主编人会议。教材编写时严格遵循“五性”（思想性，科学性，先进性，启发性，适用性）原则，把“三基”（基本理论、基本知识、基本技能）内容讲透，“授之渔”，让学生综合素质得到提高，学会利用所学知识独立分析、解决问题的方法。

本书以剖析和阐述医药消费者行为特征和基本规律为主线，对中国文化背景中的医药市场和消费者行为进行多角度的审视，对影响医药消费者行为的各种社会环境因素，对测量和评估医药消费者行为的各种方法，对我国医药消费者的需求与医药消费市场的互动特征，对医药消费者行为的相关策略等方面都进行了比较系统的分析。

全书共十四章，分别讨论和阐述了医药消费者的需要与购买动机、医药消费者的态度及其改变、医药消费者购买行为分析、医药消费者的购买行为决策；医药消费者群体与医药消费者行为、社会环境与医药消费者行为、医药商品市场与消费者行为、医药产品与消费者行为、医药商品促销活动与医药消费者行为、医药消费者的权利保护及消费者责任。

<<医药消费者行为学>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 医药消费者行为学的概念、研究对象和内容 第二节 医药消费者行为学的学科性质和特点 第三节 医药消费者行为学的产生过程 第四节 医药消费者行为学的发展趋势

第二章 医药消费者行为的研究和方法 第一节 医药消费者行为研究的意义 第二节 医药消费者行为研究基本原则 第三节 医药消费者行为研究步骤 第四节 医药消费者行为研究基本途径和方法

第三章 医药消费者的心理活动过程 第一节 医药消费者的感性认识过程 第二节 医药消费者的理性认识过程 第三节 医药消费者的情感过程 第四节 医药消费者的意志过程

第四章 医药消费者的个性心理 第一节 医药消费者的个性概述 第二节 医药消费者的能力与行为 第三节 医药消费者的气质与购买行为 第四节 医药消费者的性格与购买行为 第五节 自我概念与医药消费者行为

第五章 医药消费者的需要与购买动机 第一节 医药消费者的需要 第二节 医药消费者的购买动机 第三节 医药消费者购买动机的可诱导性及其应用

第六章 医药消费者的态度及其改变 第一节 医药消费者态度的概述 第二节 医药消费者态度的测量与改变 第三节 利用态度预测医药消费者行为

第七章 医药消费者购买行为分析 第一节 医药消费者购买行为理论 第二节 医药消费者购买行为模式 第三节 医药消费者购买行为类型 第四节 医药消费者购买行为效用评价

第八章 医药消费者的购买行为决策 第一节 医药购买决策的概念及其过程 第二节 影响医药消费者购买决策的个人因素 第三节 影响医药消费者购买决策的社会因素

第九章 医药消费群体与医药消费者行为 第一节 医药消费群体的概念、形成与类型 第二节 医药消费群体对成员的影响 第三节 主要医药消费群体的行为特点

第十章 社会环境与医药消费者行为 第一节 文化与医药消费者行为 第二节 社会阶层与医药消费者行为 第三节 参照群体与医药消费者行为 第四节 家庭环境与医药消费者行为

第十一章 医药商品的概念与特征 第一节 医药商品的概念和特征 第二节 医药商品的类型 第三节 医药消费者与药品市场

第十二章 医药产品与消费者行为 第一节 医药产品的命名、商标、包装与医药消费者行为 第二节 医药新产品与医药消费者行为 第三节 医药产品价格与医药消费者行为

第十三章 医药商品促销活动与医药消费者行为 第一节 商品广告与医药消费者行为 第二节 分销渠道与医药消费者行为 第三节 销售环境与医药消费者行为

第十四章 医药消费者的权利保护及消费者责任 第一节 医药消费者权利保护状况 第二节 医药消费者的权益保护的内容和措施 第三节 医药组织在医药消费者权益保护上的责任 第四节 医药消费误区与消费责任参考文献

<<医药消费者行为学>>

媒体关注与评论

书评本套教材供药事管理、医药市场营销专业学校教育和医药企业员工培训等相关继续教育使用，也可作为选修课教材供药学、公共卫生事业管理等专业学生使用。

为了紧扣培养目标，以学生为中心，以市场为导向，理论联系实际进行编写。

从论证会议开始，在依靠各有关高等学校的基础上，我们邀请了国家食品药品监督管理局执业药师资格认证中心和部分著名医药企业参与了其中的工作，力争使读者通过对药事管理、医药市场营销专业课程的学习有一个客观、整体的认识，最终成为公众提供良好药学服务的专业人员；同时我们也希望这套教材能够进一步推进我国药事管理、医药市场营销人才培养和医药市场规范化进程，让公众拥有一个更好的用药环境。

<<医药消费者行为学>>

编辑推荐

本套教材供药事管理、医药市场营销专业学校教育和医药企业员工培训等相关继续教育使用，也可作为选修课教材供药学、公共卫生事业管理等专业学生使用。

为了紧扣培养目标，以学生为中心，以市场为导向，理论联系实际进行编写。

从论证会议开始，在依靠各有关高等学校的基础上，我们邀请了国家食品药品监督管理局执业药师资格认证中心和部分著名医药企业参与了其中的工作，力争使读者通过对药事管理、医药市场营销专业课程的学习有一个客观、整体的认识，最终成为公众提供良好药学服务的专业人员；同时我们也希望这套教材能够进一步推进我国药事管理、医药市场营销人才培养和医药市场规范化进程，让公众拥有一个更好的用药环境。

<<医药消费者行为学>>

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>