

<<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：9787117095631

10位ISBN编号：7117095636

出版时间：2008-1

出版单位：人民卫生

作者：钟明炼

页数：234

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>

## <<药品市场营销学>>

### 内容概要

根据卫生职业教育教学指导委员会组织编写和颁布的新一轮《全国中等卫生职业教育教学计划和教学大纲》，卫生部教材办公室组织全国各中等卫生职业学校和部分医药高职高专学校的专家编写了7个专业的108门教材，并均列为卫生部“十一五”规划教材。

本教材是药剂专业22门教材中的一本，主要供药剂专业教学使用。

本教材遵循以服务为宗旨、以就业为导向、以岗位需求为标准的职业教育办学指导思想，坚持中等卫生职业教育药剂专业的培养目标，力求做到理论知识“必需、够用”，理论知识与实践技能有机结合，避免重理论而轻实用，强化知识的实践运用和专业能力训练，体现为中职生源服务的特点，满足培养目标和业务岗位群对人才的基本要求。

全书共分十一章。

与其他药品市场营销学教材相比，本书力图突显三大特点：一是针对药品市场营销学的专业特点和最新发展趋势，突出了药品的市场营销特殊性，并尽量反映国内外药品经营领域中新的研究成果。

二是根据教材内容，相对应地编辑了近年来的一些药品营销案例，希望通过案例分析使学生能够更准确地把握中国药品市场特点，从而提高学生的药品营销实战能力。

三是编写体例上尽可能符合中职学生的学习需要，列有导学、实例解析、相关链接、课堂互动、小结、习题等内容，使得易学易懂。

## &lt;&lt;药品市场营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 市场营销概论 第一节 市场与市场营销 一、市场的内涵 二、市场的类型及特征  
三、市场营销的核心概念 四、市场营销观念的演变 第二节 市场营销学与药品市场营销学  
一、市场营销学的形成与发展 二、市场营销学与药品市场营销学 三、药品市场营销学的研究内容和方法 四、药品市场营销学的学习方法

第二章 药品市场 第一节 药品市场概述 一、药品市场的分类 二、药品市场的特点 三、药品市场的管理 四、药品市场的影响因素  
第二节 药品产业概况 一、我国制药工业的现状和发展 二、我国药品经营企业的现状和特点

第三章 药品市场营销环境 第一节 研究药品市场营销环境的意义和内容 一、研究药品市场营销环境的意义 二、药品市场营销环境的内容 三、药品市场营销环境的特点 第二节 药品市场营销的微观环境 一、药品经营企业内部环境 二、药品供应商 三、药品营销中介 四、竞争者 五、社会公众 六、顾客 第三节 药品市场营销的宏观环境 一、政治法律环境 二、人口环境 三、经济环境 四、科学技术环境 五、自然环境 六、社会文化环境 第四节 国际市场营销环境分析 一、国际营销的经济环境 二、国际市场的政治法律环境 三、国际市场的社会文化环境

第四章 药品市场购买者行为分析与客户管理 第一节 药品消费者市场购买行为分析 一、药品消费者市场概念和特点 二、药品消费者行为模式 三、药品消费者购买行为的影响因素 四、药品消费者购买决策过程 第二节 药品组织市场购买行为分析 一、药品组织市场概念与特点 二、药品组织购买行为的参与者 三、药品组织购买行为的影响因素 四、药品组织购买行为的决策过程 第三节 药品营销的客户管理 一、客户管理的内容和原则 二、客户管理分析的方法 三、客户组合及分类管理 四、正确处理客户投诉 五、应收账款的管理 第四节 提高客户忠诚度 一、确定客户服务的内容 二、客户满意度分析 三、衡量客户忠诚度 四、客户忠诚度解决方案

第五章 药品市场调查与市场预测 第六章 药品企业战略规则与竞争分析 第七章 药品市场细分与目标市场营销 第八章 药品营销策略 第九章 药品市场营销管理 第十章 医院和药店的药品营销 第十一章 药品营销人员职业素质与职业道德实践 指导药品市场营销学教学大纲

<<药品市场营销学>>

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>